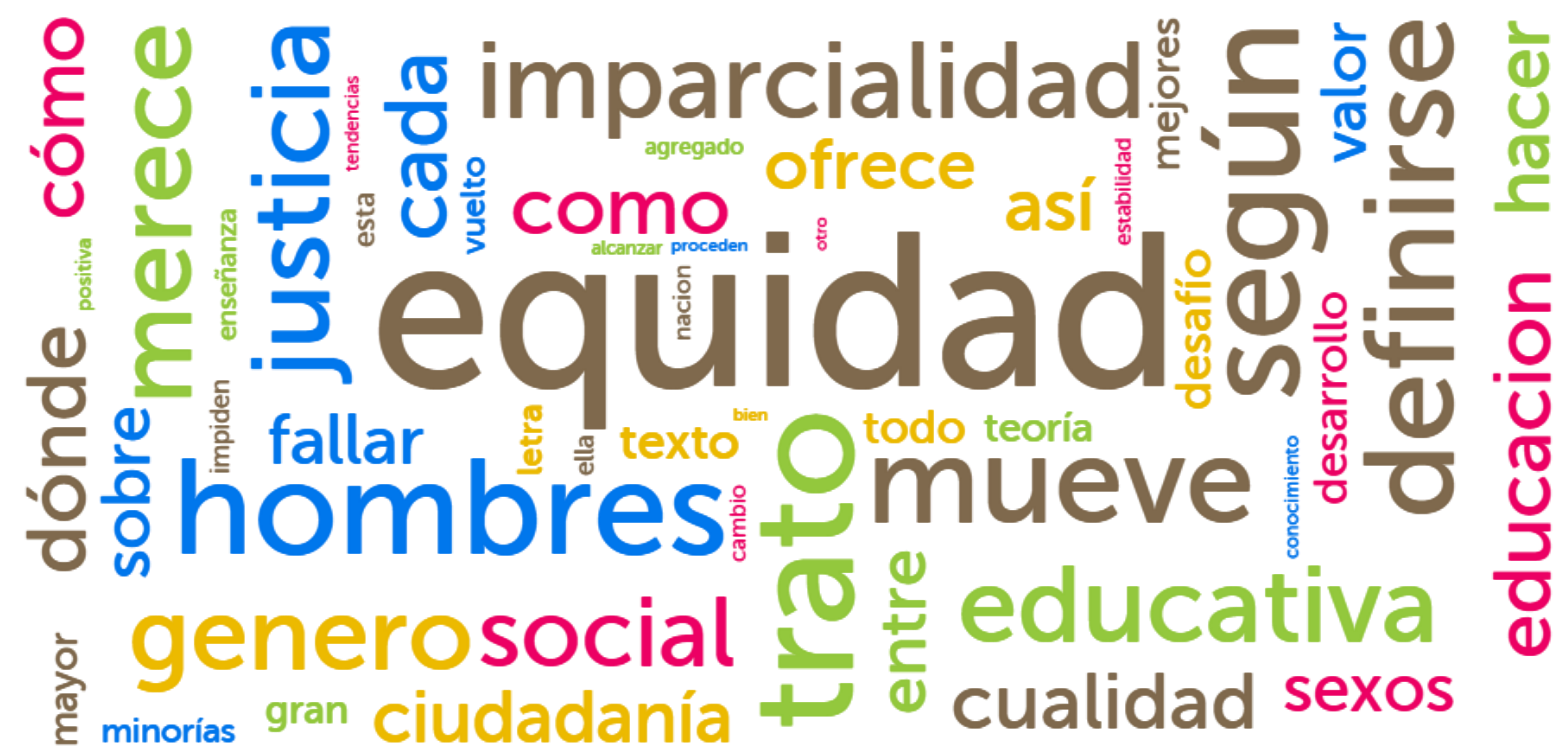


2014-2015

## Estereotipos y su difusión en la cultura visual



**Tutora: Luisa María Gómez del Águila**

# Índice

---

## 1

1. Introducción	4
-----------------	---

---

## 2

2. Marco contextualizador de la profesión docente	6
2.1. Concepto de educación	6
2.2. Por qué y para qué educamos	9
2.3. Educar en la sociedad actual	12
2.4. El alumnado ante la sociedad de la información	14
2.5. La difusión y construcción de estereotipos de género	17
2.6. La alfabetización audiovisual	21
2.7. La educación artística con el cine y la publicidad	23

---

## 3

3. Diseño y fundamentación de mi intervención docente	25
3.1. Análisis de contexto	25
3.1.1. Historia del centro	25
3.1.2. Situación geográfica del centro	26
3.1.3. Recursos materiales	26
3.1.4. Características de la comunidad educativa del centro	26
3.1.4.1. Recursos humanos	26
3.1.4.2. Alumnado	27
3.1.4.3. Horario de clase	27
3.2. Unidad didáctica	27
3.2.1. Resumen de la planificación original	27
3.2.1.1. Grupo	27
3.2.1.2. Conclusiones de la fase de observación	28
3.2.1.3. Justificación del tema escogido	28
3.2.2. Objetivos, contenidos y competencias	29
3.2.3. Metodología de Aprendizaje Cooperativo:	31
3.2.4. Evaluación	32
3.3. Revisión crítica de la planificación y del desarrollo de la intervención.	33
3.3.1. ¿Se pudo llevar a cabo lo planificado previamente?	33
3.3.2. ¿Tuve tiempo suficiente para mis intervenciones?	34
3.3.3. ¿Cómo se fueron sucediendo las sesiones de intervención?	34
3.3.4. ¿Cómo fue el seguimiento personal del alumnado?	35
3.3.5. ¿Cómo fue la atención a la diversidad?	35
3.3.6. ¿Cómo fue planificada la evaluación?	36
3.4. Medidas de mejora	37
3.4.1. Temporización	37

3.4.2. Atención a la diversidad	37
3.4.3. Evaluación	37
<hr/>	
<b>4</b>	
4. Nueva propuesta de intervención	38
4.1. Marco Legal	38
4.2. Programación de G.E.R.A	38
4.4. Competencias Básicas	41
4.5. Contenidos	42
4.6. Metodología	43
4.7. Actividades tipo y tareas propuestas	44
4.8. Actividades de evaluación	44
4.8.1. Evaluación	46
4.8.2. Procedimientos de Evaluación	46
4.8.3. Instrumentos de Evaluación	46
4.8.4. Criterios de evaluación	47
4.8.5. Evaluación docente	47
4.9. Atención a la diversidad	49
<hr/>	
<b>5</b>	
5. Reflexión crítica y valoración personal del máster	50
5.1. ¿Cuál ha sido mi aprendizaje?	50
5.2. ¿Qué puedo decir del programa de formación del Máster?	52
<hr/>	
<b>6</b>	
6. Referencias y bibliografía	57
<hr/>	
<b>7</b>	
7. Anexos	61
7.1. Autorización	66

# 1. Introducción

**Estereotipo:**

1. m. Imagen o idea aceptada comúnmente por un grupo o sociedad con carácter inmutable.

**Real Academia Española, 2015**

Con este proyecto se culmina un año lleno de nuevos conocimientos adquiridos en el aula de formación y en las prácticas. Poco a poco hemos ido desarrollando un nuevo rol: el rol docente y hemos reflexionado individual y colectivamente sobre la situación actual de la educación en nuestra sociedad.

En este trabajo se recogen todos los aspectos que han ido cristalizando en mí a lo largo del máster, los que he visto en la teoría, los que he aplicado en la práctica, mis cambios de pensamiento, mis reflexiones más profundas y mis conclusiones para el futuro.

Así, en esta memoria partimos de la idea de que el sistema educativo está anticuado, ya no solo en sus métodos de enseñanza sino también en los contenidos que transmite. El alumnado está inmerso en la sociedad de la información o sociedad informacional (**Castells, 1999**) y envía y recibe impulsos que no sabe interpretar.

Gran parte de esta información hoy en día es audiovisual, es decir, que mientras en la radio la recibimos mediante sonidos; en los medios escritos, mediante códigos gráficos; será en la televisión, el cine e internet, cuando la percepción de la información es a través de dos vías: imagen y sonido (**Zunzunegui, 1992**).

Por ello, es necesaria una multi-alfabetización, es decir, no solo aprender a leer lenguajes escritos, sino también visuales, mediáticos y tecnológicos (**Segura, 2007**).

A lo largo del máster hemos comprendido que mientras la **enseñanza** es la transmisión de conocimientos para que se adquieran y se aprendan, **educar** es algo más; es cultura, valores, conductas y normas sociales, entre otros aspectos. La educación sirve para socializarnos, para progresar en nuestras propias capacidades, para el desarrollo íntegro de la persona. Los agentes de la educación no solo serán entonces las y los docentes, sino que además educará la sociedad y su cultura, la familia, los medios de comunicación, la publicidad, la escuela o el entorno.

Los medios de comunicación y la **cultura visual** son el agente educador que más me ha llamado la atención por su gran influencia en juventud y por su **transmisión de estereotipos**, y quiero saber cómo está influyendo la falta de conocimiento sobre los Mass

Media y sus mensajes y qué podríamos hacer desde la educación para solventar esta carencia.

La estructura de esta memoria va a girar en torno a tres bloques principales. En primer lugar, contextualizaremos la profesión docente. En este apartado atenderemos al concepto de educación en toda su complejidad, haremos un breve recorrido partiendo de lo más general y acercándonos al caso concreto de la **alfabetización audiovisual para potenciar la equidad de género**, propuesta que funcionará como **hilo conductor**.

El segundo bloque supone una apuesta personal que surge de mi formación en comunicación audiovisual y publicidad: mis primeros pasos en la educación, como colaboradora y docente en prácticas, me han permitido corroborar que trabajar la publicidad en el ámbito educativo tiene un gran potencial aún por desarrollar y que puede llegar a ser muy motivador e interesante para el alumnado y el profesorado.

Además, se describe y reflexiona sobre mi periodo de prácticas docentes del Máster de Profesorado de Educación Secundaria Obligatoria, una labor que he desempeñado durante más de 100 horas y que está estrechamente vinculada al centro donde las he realizado.

Para finalizar, y como cierre a este periodo de aprendizaje de la profesión docente, el tercer bloque de la memoria incluye una reflexión crítica y personal sobre el proceso de formación realizado en estos meses y su organización.

## 2. Marco contextualizador de la profesión docente

Los cambios pedagógicos del último siglo, los avances tecnológicos y el progreso de la psicología y la pedagogía han hecho que se estén poniendo en cuarentena los estilos educativos más tradicionales y estemos ante nuevos paradigmas educativos, más innovadores y adaptados a la sociedad actual.

Comencemos pues con el primer apartado:

### ¿Qué es para mí la educación?

#### 2.1. Concepto de educación

“La educación formal es un tipo de educación regulado, intencional y planificado”.

López de la Cruz, 2010.

Llevo formando parte del sistema educativo español desde los tres años de edad. Esto hace un total de veintiún años consecutivos asistiendo a clases, atendiendo a profesores y profesoras, aprendiendo más o menos y descubriendo mis inclinaciones laborales con mayor o menor éxito. Pero, ¿qué han supuesto estas enseñanzas en mí?

Por un lado, la [escuela](#) como “establecimiento público donde se da cualquier género de instrucción” (**Real Academia Española**, 2015), ha intentado enseñarme una serie de conocimientos teórico-prácticos que a su vez, he memorizado y olvidado. Lo que no se aplica en la vida real por desgracia se acaba olvidando. Y por lo tanto, se debería “conseguir que todos los ciudadanos/as alcancen el máximo desarrollo posible de todas sus capacidades, individuales y sociales, intelectuales, culturales y emocionales para lo que necesitan recibir una educación de calidad [adaptada a sus necesidades](#)”. (LOE 2/2006, de 3 de mayo). Supongo que no se adaptaron a mis necesidades y por ello acabé formateando los contenidos teóricos que con tanto ahínco memoricé.

Teóricamente, la escuela es un lugar propicio para aprender porque todos los agentes que intervienen están poniendo sus máximas energías en ello y se están adaptando a las necesidades individuales. Sin embargo, me pregunto ¿esto es cierto? ¿qué ocurre

con las y los estudiantes que no quieren aprender, al menos lo que la actual escuela enseña?

Si miramos los datos ofrecidos por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, el abandono tras la educación secundaria obligatoria en España es del 23,6% en 2013, aumentando el porcentaje en Andalucía con un 28,7%. Esto quiere decir que casi 29 estudiantes andaluces de cada cien deciden abandonar los estudios a la edad de 16 años. Una cifra abismal en comparación con otros países europeos como Croacia con un 3,7% o Suecia con un 7,1%. España ocupa el último lugar, somos el número 28 de 28 en esta Encuesta Europea de Población Activa (Labour Force Survey), elaborada con la metodología de Eurostat sobre el curso escolar 2013-2014 (MECD, 2014).

No obstante, según **López** (2010), existe una **educación informal** e involuntaria que es cultural y se aprende del contexto donde hayamos nacido. Es decir, no solo vamos a aprender en la escuela, sino que la tripartición de educación (formal, no formal, informal), será lo que nos haga personas más íntegras y completas. Entendemos los medios de comunicación o internet como educación informal y, por lo tanto nos están enseñando; ¿Para bien o para mal? Cuestión que dejaré para más adelante.

En otras palabras, el fracaso o abandono escolar no significa que estos chicos y chicas dejen de aprender, ya que la educación no formal, menos convencional, es más abierta y no estará restringida por un espacio o tiempo escolar concreto. Por ejemplo, **Coombs** (1968) hizo hincapié en la idea de que un niño o una niña podrían amar la lectura si aprende con su familia a leer. No obstante, podría odiar la lectura con el exclusivo aprendizaje de la escuela.

Podríamos decir que la educación formal, informal y no formal es esencial para desarrollar un espíritu crítico ante la vida, para poseer los conocimientos que nos permitirán juzgar el mundo, hablar con propiedad y potenciar el conocimiento formal y abstracto. Y, la escuela, en este marco de **sociedad educadora** en su conjunto, es de gran relevancia porque el alumnado se encuentra con un grupo de pares que le ayuda a crear una imagen diferente sobre sí mismo, suponiendo un abandono gradual del egocentrismo (**Piaget**, 1969), una salida de las barreras protectoras de su familia y el nacimiento de teorías e hipótesis propias sobre el mundo que le rodea.

Siguiendo a de **Vygotski** y a **Cole** (1979), los niños y niñas ya van a la escuela con un alto aprendizaje adquirido sobre el mundo, a partir de las preguntas que hacen, de las imitaciones a los adultos, de lo que escuchan y ven. Mas, aunque existan más

alternativas a la educación formal, esta es enormemente necesaria por la labor incidente en el conocimiento del alumnado y porque la escuela favorece la asimilación de los conceptos científicos y abstractos (De Zubiría, 2007).

Añadir a lo anterior, que la educación es un proceso **permanente**, inacabado y personal que se prolonga a lo largo de nuestras vidas, ya que existen cambios constantes en la sociedad y en la cultura que suponen ajustes y adaptaciones continuas. Es un proceso que no acaba por la experiencia diaria y nuestra relación con nuestro entorno, e iremos poco a poco adquiriendo nuevas habilidades, conocimientos y modos de ver la vida.

Debemos adecuarnos a las demandas de un entorno en constante transformación y formar personas críticas con la cultura visual tan cambiante que les rodea y afecta. Nos encontramos pues ante una de las razones que justifica la enseñanza de la **Educación Plástica y Visual**. No existe mayor adaptación que la de adecuar los conocimientos a la cultura visual en la que nos sumerge nuestra realidad: una era de la información llena de videojuegos interactivos, anuncios por las calles, televisiones con programas sensacionalistas, redes sociales, y en definitiva, multitud de espacios, o ciberespacios, repletos de imágenes visuales que el alumnado debe ser capaz de leer e interpretar detenidamente. Es irónico enseñar solamente con libros de papel y apuntes, si las TICs van a años luz de esos métodos y nos pueden ofrecer formas de acercamiento al alumnado mucho más motivadoras y servir de apoyo a la teoría.

**Hernández** (1997), habla de la “**comunicación visual**” y afirma que sería necesario que toda la sociedad tuviera conocimiento sobre este tipo de comunicación, y no solo limitarlo a quienes deciden especializarse en una educación artística concreta, sino a todas las ciudadanas y ciudadanos.

Por esta razón, la asignatura de Educación Plástica y Visual, presente hasta ahora en la educación obligatoria, será la encargada de hacer de puente conector entre esas imágenes que cada estudiante visiona y su consiguiente **interpretación y lectura**.

La escuela puede minimizar la falta de información sobre estas imágenes visuales y audiovisuales, no solo las clásicamente consideradas artísticas, sino todas las que nos envuelven de forma habitual. Y además, será la asignatura que construya o guíe a una futura ciudadanía crítica, creativa y apta para lidiar con **la nueva era digital**.



## 2.2. Por qué y para qué educamos

“La nuestra es una educación bulímica: te atiborras de apuntes, los vomitas en el examen y en cuanto sales del aula los datos se volatilizan”.

Acaso, 2013.

Normalmente, se ha entendido la educación como “educar para conseguir un trabajo”, herencia de la industrialización, y nos han vendido la idea de que el éxito profesional nos dará la felicidad, pero ha fallado el enseñar a conocernos a nosotras y nosotros mismos, a desarrollarnos emocionalmente para poder ser felices. Hoy en día se educa para socializar, pero se persevera aun en la idea de que estudiar te dará un mejor futuro laboral. **¿Estudiar para trabajar?** ¿Y el placer por conocer cosas nuevas, por aprender simplemente?

El acceso al sistema educativo está cada vez más extendido en el mundo y mientras en Europa una ingente cantidad de estudiantes cualificados acceden a altos puestos laborales en todos los sectores, en España asistimos a una fuga de cerebros a países como EEUU o Alemania. Según el **INE** el número de jóvenes que emigra al extranjero ha aumentado en un 41% desde 2008, fecha que se considera el comienzo de la crisis.

¿Qué está pasando? ¿Estamos educando a jóvenes para un futuro profesional? ¿No es entonces cuando surge la pregunta “para qué estudiar tanto”? **¿Qué está fallando?** A mi mente viene uno de los **objetivos educativos comunes** planteados por la **Unión Europea**:

Reforzar los **lazos con la vida laboral**, con la investigación y con la sociedad en general, desarrollar el espíritu emprendedor, mejorar el aprendizaje de idiomas extranjeros, aumentar la movilidad y los intercambios y reforzar la cooperación europea. (**LOE 2/2006**, de 3 de mayo, Preámbulo).

Pero antes que reforzar lazos con la vida laboral, la educación debería incentivar la **imaginación** creadora y las formas expresivas de comunicación, tanto verbales como gráficas. Hoy día para cualquier profesión y para la vida en general es requisito fundamental tener un alto nivel de creatividad, ¿estudiamos cosas que se olvidan y **se olvida estudiar las verdaderas cosas importantes?**

Vivimos más **hiperconectados** que nunca, en la red hay muchísima información al alcance de cualquiera, estamos ante una revolución mediática donde el audiovisual cobra

un mayor protagonismo. Un o una docente comete un error y el alumnado ya lo sabe a los pocos segundos porque ha buscado la respuesta correcta en internet. Me pregunto: si tienen acceso al conocimiento con **un simple click**, ¿para qué enseñamos? ¿Cuál es el papel actual del profesorado? ¿Dónde está la creatividad y **el ingenio** si tienen ya todo resuelto?

- Abrid el libro por la página 57. Julia, empieza a leer.

Una frase que me es familiar y que, por desgracia, sigue oyéndose hoy en las aulas. Los libros contienen toda la información necesaria sobre distintas unidades didácticas. Quienes los utilizan no tienen que esforzarse en subrayar porque hay recuadros con datos relevantes destacados en amarillo. La profesora o profesor guía al alumnado con la frase: -Esto es muy importante y cae en el examen.

El **alumnado no es creador de contenidos**, sino mero receptor pasivo y lector asiduo de temas de editoriales. Estoy en contra de que esto siga sucediendo y creo que está en nuestras manos enseñar de otro modo.

Y sí, es cierto: la información está ahí. El alumnado puede saberse la técnica paso a paso para representar un Picasso pero en la práctica puede que no lo consiga. Puede saberse las leyes de Newton y corregir a quién le da clase pero luego no sabe resolver un problema de lógica básico que le surge tras el colegio. En otras palabras: **en la práctica es donde está nuestro fuerte**. Enseñar a hacer, enseñar a aplicar correctamente esos conocimientos pero siempre a través de ejemplos diarios, útiles, reales. ¿De qué sirve la teoría en inglés si luego no la practica viajando? **Aprender haciendo** (learning by doing), idea de origen constructivista que me recuerda a la frase de Platón que decía “El que aprende y aprende y no practica lo que aprende, es como el que ara y ara y nunca siembra”.

Un concepto relacionado con todo esto es el de **aprender a aprender** (Tedesco, 2003). Enseñar al alumnado a descubrir, investigar y aprender por sí solo. Educamos porque queremos que los niños y niñas sean libres, construir una mejor ciudadanía, queremos que sepan obtener lo mejor de sí mismos. **Enseñamos a ser**, a poder mostrar hacia fuera lo que ya se ha absorbido, conseguir la autorrealización de la persona, a respetar y a la vez que nos respeten y a conseguir poseer una dignidad que ayude a enfrentarse al mundo. Cada docente deberá facilitar todas estas herramientas para **enseñar a pensar**.

Vuelvo a incidir en la idea de que si no se practica algo, se acaba olvidando. Como pasa en los idiomas, como pasa en el dibujo, como pasa en las matemáticas en la historia o en los recuerdos de una vida.

La capacidad o **habilidad creativa** podría ser fomentada por ejemplo, a través de una metodología del aprendizaje basado en problemas (**ABP**) presente en todas las asignaturas. **Benito y Cruz** (2005) indican que el ABP favorece el desarrollo del razonamiento eficaz y **la creatividad**. Y además, en nuestra especialidad artística estas capacidades serían totalmente impulsadas y potenciadas. Paradójicamente, están reduciendo las horas de las asignaturas que más la trabajan, véase música, educación física o educación plástica y visual.

Por otro lado, tendríamos que hablar del concepto de **educabilidad** para entender las diferencias entre quien se está educando y quien educa.

**Herbat** (1806), filósofo, psicólogo y pedagogo alemán, dice que para que la acción educativa sea posible hacen falta dos elementos:

1. Educabilidad como capacidad para poder ser influenciado (**educando**).
2. Educatividad como capacidad para influir (**educador**).

Me gusta la palabra **influir**; educador y educando se influyen mutuamente. Siguiendo a **Shannon y Weaver** (1949), la palabra **comunicación** incluye todos los procedimientos por los cuales una mente puede afectar a otra. Y si es así, debemos educar de forma recíproca, con feedback y de tal manera que la comunicación fluya en ambos sentidos. Ambas partes aprenden, ambas comunican, ambas emiten y reciben información.

En todos los casos nos influye también la cultura donde hemos nacido, según **Fermoso**, "la educabilidad individual, no puede separarse del contexto histórico en que de hecho, puede actualizarse, pues el hombre concreto está en medio de las coordenadas de tiempo y de espacio, rodeado por una **cultura** específica". (1985, p. 191).

Todos y todas somos educables, sin distinción alguna, y como tenemos esa capacidad, es necesario desarrollarla, **estimularla** desde edad temprana. La educación hoy, como cualquier otra realidad social actual, es fruto de su tiempo y sus circunstancias. Incluso la finalidad de la educación ha ido cambiando conforme los distintos contextos históricos. **Peters** (2002) hace un análisis de la educación antes y después de la era industrial y señala que con la industrialización se fomentó una enseñanza basada en formas técnicas y prefabricadas, **una educación masiva** en serie, donde la jerarquización estaba presente, con una organización vertical en la que el docente era un ente intocable que tenía la razón absoluta y el conocimiento, y un alumnado que se limitaba a recibir información. ¿De qué me suena?

No es muy descabellado afirmar que hoy día (herencia también de un sistema dictatorial reciente) se siguen viendo este tipo de estructuras educativas en los colegios, institutos y universidades españoles.

## 2.3. Educar en la sociedad actual

“Se exige mucho al docente, incluso demasiado, cuando se espera que calme las carencias de otras instituciones también responsables de la enseñanza y la formación de los jóvenes. Mucho se le pide, mientras que el mundo exterior entra cada vez más en la escuela, en particular a través de los **nuevos medios de información y comunicación**”.

Delors, 1997.

Los alumnos y alumnas reciben hoy día una **información fragmentada** y difusa, demasiado abundante como para saber organizarla. Estamos inmersos en la sociedad de la información, una cultura postmoderna, donde el **yo** se encuentra cada vez más saturado y sus vínculos sociales son tan amplios que no los puede asimilar. La rapidez con la que la información se produce, consume y olvida hace que el ser humano esté confuso, perdido y desorientado. Ante esta situación las escuelas deben preparar al alumnado para que posea una capacidad reflexiva, un espíritu crítico y una creatividad abundante. Estas herramientas le permitirán una más fácil selección de toda la información recibida.

Los mercados hoy día son cambiantes, los clientes cada vez más únicos, las fábricas cada vez personalizan más sus productos y se hacen más flexibles para adaptarse a consumidores más exigentes. Se ha acabado la producción masiva en serie (fordismo, taylorismo), ahora cada persona quiere ser diferente y especial. Citando a **Tedesco** (2003), “Los cambios en la organización del trabajo están acompañados por modificaciones igualmente profundas en la dimensión política y cultural de la sociedad.”

La educación de hoy en día deberá estar basada en esa **singularidad del alumnado** y no podrá ser una emisión de información uniforme, sino que será inclusiva, y eso quiere decir que tendrá en cuenta a todas las personas que conforman una clase y las hará partícipes en el proceso de creación del conocimiento. Si separamos clases por niveles de inteligencia estamos privando al alumnado de un aprendizaje completo y objetivo y por el contrario, le estaremos dando un conocimiento que no ayuda a fabricar un juicio correcto o una perspectiva real.

Las escuelas deben dotar de significado y posibles interpretaciones a esta desbordante información. Pero, ¿qué ocurre si el **profesorado** está incluso más **perdido** y confuso que su alumnado?

En general, **la sociedad educa** y debe seleccionar información útil para el alumnado; no solo cada docente, también padres y madres, amigos y amigas, medios de comunicación, todos y todas debemos enseñar a la ciudadanía del siglo XXI a seleccionar esta información fragmentada y convertirla en conocimiento. Si no lo conseguimos podrían llegar a ser víctimas de la parte negativa de la globalización, de mensajes unilaterales, de un consumismo masivo y de unas modas pasajeras que imponen cómo ser.

Debemos retomar la **escuela total** (Tedesco, 2003), en la que la formación ética y la formación de la personalidad estaban presentes como objetivos principales de la educación. En las aulas hay personas humanas, no ordenadores programados y serán las que en un futuro van a interactuar con el mundo. No obstante, a los grupos dominantes de poder (políticos y económicos) no les interesa que el mundo cambie, por eso, pretenden que la educación sea una herramienta al servicio de un sistema que pretende perpetuarse.

La **Unesco** propone una serie de objetivos **ideales** que debe alcanzar la educación (paz, libertad, justicia, solidaridad, crear un mundo mejor, etc.) que con el paradigma actual de educación parecen utópicos. Relacionado con los ideales de la Unesco, **Delors**, antiguo presidente de la Comisión Europea, que declara que “la educación debe ser un instrumento para que la humanidad pueda progresar hacia los ideales de paz, libertad y justicia social” (1997, p. 7).

Lograr transmitir esos arquetipos será una labor de toda la sociedad, no solo de la escuela. En un mundo globalizado y superpoblado habrá que educar para todos y todas y, por lo tanto, se deberá dar a cada persona los medios para que organice libremente su vida y para que participe en la evolución de la sociedad (*op. cit.*, p. 33).

## 2.4. El alumnado ante la sociedad de la información

“Toda la información se vuelve cada vez más visual, más rápida, más accesible, con una difusión masiva en todos los estratos sociales y económicos, con nuevos canales de comunicación y **cantidades ingentes de fuentes informativas**”.

Domínguez Alfonso, 2009.

**Burch** reflexiona: ¿Vivimos en una época de cambios o en un cambio de época? ¿Cómo caracterizar a las profundas transformaciones que vienen con la acelerada introducción en la sociedad de la inteligencia artificial y de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC)?, a la vez que afirmaba que "mientras el debate prosigue en el ámbito teórico, **la realidad corre por delante** y los medios de comunicación eligen los nombres que hemos de usar" (2005, s.p.).

La idea que subyace de estas palabras es que la realidad práctica corre por delante de la teórica. Estamos asistiendo a unos cambios veloces y formamos una sociedad tan dinámica como estática. Me explico: **todo cambia para que todo siga igual**, como en El Gatopardo (**Lampedusa**, 1958). Hay cambios tecnológicos por ejemplo, que cuando llegan a implantarse en el aula (véase la pizarra electrónica), o ya existen muchos más avances de esa técnica o bien el profesorado no está formado para usarla. De ahí la importancia de la formación permanente de la docencia, esencial para estar al día.

Esta memoria parte de la hipótesis de que **los niños y niñas están indefensos** ante los medios por la falta de aprendizaje que les permita analizar y establecer una actitud crítica ante los estímulos de índole audiovisual.

El sociólogo **Castells** (1999) señala que el conocimiento y la información son elementos decisivos en todos los modos de desarrollo y argumenta que “El término **informacional** indica el atributo de una forma específica de organización social en la que la generación, el procesamiento y la transmisión de información se convierten en las fuentes fundamentales de la productividad y el poder, debido a las **nuevas condiciones tecnológicas** que surgen en este período histórico” (p. 47).

La información es poder y está en manos de unos pocos. Es nuestra labor estar al tanto de su pertinente transcripción e interpretación. Implementar los medios en la escuela fortalece la formación social y cívica del alumnado: estudiantes informados, sensibles a

la información, críticos, y que toman decisiones conscientemente. En el mundo anglosajón ya existe una asignatura obligatoria llamada Media Studies, “en ella se abordan contenidos de los medios de masas, los procesos de producción y su influencia en la sociedad” (Gutiérrez y Tyner, 2012) y a nivel más internacional, en 2009 la Eurocámara aprobó la introducción de la asignatura educación mediática (*op. cit.*, p. 36). Irene Martínez Zarandona (1999) señala que este es un proceso que afecta todo el marco educativo:

“La verdadera modernización de la educación debe consistir, además de la inclusión de aparatos electrónicos en el aula, en la instrumentación de programas de alfabetización audiovisual que preparen a padres y madres de familia, a maestros/as y a la sociedad en general a conocer los nuevos lenguajes con el fin de que identifiquen los múltiples significados (p. 136)”.

Sería pedagógicamente correcto enseñar y aprender a leer los medios en general (Fox y Lambirth, 2012) y también a saber ver cine, crear cine y saber comunicarse a través de un lenguaje audiovisual y no solo escultórico o pictórico. En definitiva, estas creaciones serían arte, mensajes icónicos y audiovisuales. El cine, considerado como el séptimo arte, debería presentar un lugar más relevante en los temarios.

“Pero la realidad es que, en nuestra era de cultura, a todos les conviene ver cine, como a todos les conviene leer. La película está ya incorporada a la cultura. Los libros educan y las películas educan, y libros sin películas no darán el humanismo de nuestro siglo. Pero así como hay que aprender a leer, así también hay que aprender a ver cine. Y si leer no es deletrear, ver cine no es mirar a la pantalla durante una proyección” (Stahlin, 1960, p. 10-11).

Siguiendo a Cobo, se necesita una educación para los medios visuales que esté en sintonía con los alumnos y alumnas. Resumimos con lo anterior que la educación visual no solo se centrará en las obras artísticas pictóricas, la Educación Plástica y Visual debe contemplar todos los tipos de imágenes para conseguir una comunicación eficaz que potencie lo sensorial, lo concreto, lo emotivo, y que haga de punto de conexión entre el aula y la vida real (Cobo, 2008). Está anticuada pues incluso la forma de dar educación artística, ya que centra sus fuerzas en la idea de que el arte es pintura y pasa

superficialmente por la actualidad cambiante y audiovisual, la arquitectura, la fotografía o la escultura.

A continuación, voy a ir combinando ideas de María Acaso y Hernández que comparto y que soportan mi visión sobre nuestra materia. **Acaso** habla de que la educación artística es algo que se encuentra por todas partes por lo que tenemos acceso a ella todos los días y en cualquier momento (2009, p. 23) y sigue apoyando la importancia de conocer el lenguaje visual y la necesidad de aprender a **leerlo** (p. 33). Y es que tal como añade **Hernández**, “Vivimos y formamos parte de la cultura visual donde estamos inundados por una extraordinaria variedad de imágenes y, sobre todo, de **imaginarios visuales**” (1997, p. 160).

Es por ello vital que los adolescentes posean una **cultura visual** para identificar e interpretar esta sociedad donde la imagen comercial se ha convertido en el gran punto de interés económico para las empresas (**Acaso**, 2006, p. 18).

Una de las finalidades de la **Educación Artística** será la Comprensión de esta Cultura Visual (**Hernández**, 1997, p. 160). La gran pregunta es: ¿Cómo se enseña esta cultura visual? ¿Qué daños está ocasionando su ignorancia? **Acaso** (2006) se cuestiona ¿los y las adolescentes saben mirar las imágenes? o ¿sólo las ven?

Sin un espíritu crítico los espectadores y **espectadoras solo ven** y se dejan llevar por lo que los mensajes (normalmente en imperativo) que te ordenan qué creer, hacer, pensar, actuar. Por ejemplo, si aparecen en anuncios de televisión mujeres limpiando la ropa y preocupadas por las manchas de su hijo o hija, en diez marcas diferentes, durante treinta años seguidos de emisión, el mensaje que llega sin una lectura crítica es que **la mujer = debe lavar la ropa de los hijos e hijas**. Somos responsables desde nuestra materia para educar en la **equidad de género**.

Durante la etapa escolar el alumnado es alfabetizado en lenguaje verbal, dejando de lado la formación en la lectura del lenguaje audiovisual. Es la asignatura obligatoria de **Educación Plástica y Visual** la que debe liderar, en mi opinión, el aprendizaje de esta lectura de imágenes. Según el **Real Decreto 1631/2006**, de 29 de diciembre, por el que se establecen las enseñanzas mínimas correspondientes a la E.S.O: “La Educación Plástica y Visual tiene como finalidad desarrollar en el alumnado capacidades perceptivas, expresivas y estéticas a partir del conocimiento teórico y práctico de los



**lenguajes visuales** para comprender la realidad”. La publicidad es el medio audiovisual que más dinero mueve en el mundo, la que hace capaz de que existan programas que se sustentan con sus anuncios. La que por ejemplo hace que en la SuperBall se pague una media de 4,5 millones de dólares por espacio publicitario. Merece su espacio en los temarios actuales, ya que sus mensajes tienen gran influencia y están cuidadosamente estudiados para persuadir.

## 2.5. La difusión y construcción de estereotipos de género

**La Ley General de Publicidad** prohíbe todo anuncio que atente contra la dignidad de la persona o vulnere los valores o derechos reconocidos en la Constitución, especialmente en lo que se refiere a la infancia, la juventud y **la mujer**.

LGP, art.3, 1988 .

Educar para la igualdad exige conocer el concepto de igualdad en la sociedad española, conocer las instituciones y recursos existentes a nivel nacional, y la normativa aplicable a la educación. Habrá que compensar una creciente cantidad de mensajes incongruentes por parte de los medios de comunicación, que a pesar de los avances sociales y morales siguen potenciando la creación de desigualdades entre hombres y mujeres.

Como se ha nombrado anteriormente, en cada **cultura** el proceso de socialización, no solo dependerá de la escuela y la familia, también del sistema político y de poder o de los medios de comunicación. Todo este conjunto creará una serie de roles relacionados con los géneros masculino y femenino que se irán poco a poco introduciendo en nuestras mentes. La familia, el profesorado, las amistades, los medios de comunicación, el cine o la publicidad afianzarán esos roles.

El problema no radica en las diferencias entre hombres y mujeres, niños y niñas sino en la **jerarquización** de esas diferencias, es decir, que se le dé un mayor prestigio a lo masculino respecto a lo femenino o viceversa.

Hace más de cien años **Stuart Mill** señaló que estos roles atribuidos a hombres y mujeres respondían a una construcción social y que no tenían que ver con las diferencias biológicas, como se defendía hasta entonces (**Mill**, 1869).

Actualmente, nosotros vivimos en una cultura de Occidente que ha heredado de las culturas griegas y judeocristianas unos modelos de género masculino y femenino que se

presentan antagónicos, como contrarios, y además, una hegemonización del mundo del hombre frente al de la mujer, lo que ha provocado una situación injusta durante cientos de años al asignar roles predeterminados que restringen la capacidad de elegir libremente cómo vivir, qué hacer, qué elegir, cómo vestir, etc.

Para poder luchar contra esto tenemos que tener claro qué es un estereotipo de género. Como dice **Varela** (2013), un **estereotipo de género** será aquél que reproduce una **imagen o idea fija de la mujer** que se perpetúa y se extiende al conjunto de las mujeres.

Y si llegamos a un extremismo del sexismo contra las mujeres se le conoce como **misoginia** (odio a las mujeres o a la feminidad) y al sexismo contra los hombres se le llama misandria o androfobia (miedo a la masculinidad).

Volviendo al mundo del aprendizaje de los roles de género en las diferentes culturas, **Bandura** (1979) sostiene que los niños y niñas aprenden mucho sobre su género y conducta moral a base de observar a otras personas, especialmente aquellas que perciben como cariñosas, poderosas y parecidas a sí mismos/as. Me pregunto, ¿no serán entonces la publicidad, las series juveniles, los dibujos animados, las películas de princesas y muñecas modelo, entre otras, las fuentes mayores de imitación?

Fue a partir de los años 70 cuando las mujeres feministas se pusieron en marcha y han trabajado muchísimo hasta hoy para conseguir “desenmascarar las trampas del lenguaje, la sesgada visión sexista de los medios de comunicación, **la ultrajante representación de las mujeres en la publicidad**, las diferencias de salario, los déficits en los servicios sociales, las exclusiones de la Historia (...)” (**Varela**, 2013, p. 38).

Estoy de acuerdo en que la sociedad educa en diferencias de género positivas y negativas, al igual que la familia, la televisión e inclusive la escuela, todos en conjunto enseñan a los individuos a comportarse de una forma que consideran típica de cada sexo, y ello induce a que cada persona asuma un papel sexual: un estereotipo masculino o femenino.

Hace poco leí un artículo titulado “Argumentos a favor y en contra de la escuela diferenciada” (**Martínez**, 2013) en el que **Jaume Camps**, profesor de la Universidad Internacional de Cataluña, afirmaba que en aulas diferenciadas las mujeres gozarían de una mayor libertad de decisión sobre qué carrera estudiar y se sentirían totalmente capaces en ciencias, matemáticas, educación física y en todos los aspectos clásicamente relacionados con el mundo masculino.

Al no tener competencia, ni comparación podrían creer en ellas mismas y decidir sin ningún estereotipo de género ni rol impuesto por la sociedad. **Camps** asegura que una vez superadas las barreras de desigualdad entre hombres y mujeres, motivo por el que se crearon las escuelas mixtas, se puede ir más allá y reforzar otros aspectos.

Obviamente, la escuela mixta es primordial para que el alumnado esté inmerso en una mini muestra de lo que es la sociedad real, con sus desigualdades étnicas, económicas, distintas capacidades y estilos intelectuales, etc. Además, en un futuro esas personas se van a enfrentar a un mundo laboral donde sí tendrán que competir con hombres y mujeres. Por lo tanto, esa diferenciación sería como una capa de invisibilidad hacia el verdadero problema. Se puede solventar en las aulas mixtas las desigualdades y no competir sino colaborar, y no compararse negativamente, sino positivamente y siendo ambiciosos siempre dentro de un grupo de pares que representa a la sociedad auténtica.

Por lo tanto, no habría ningún problema en aulas mixtas siempre que no haya una superioridad de un género sobre el otro. Desgraciadamente, esta igualdad si fuera lograda en la escuela estaría en contradicción con una realidad que todos los años se produce: multitud de denuncias de diversas asociaciones o particulares por la utilización denigrante de la mujer en la publicidad (como objeto sexual, en actitudes claramente discriminatorias, incitando a la anorexia, etc.), campañas que, según datos ofrecidos por el **Instituto Andaluz de la Mujer**, en muy pocas ocasiones son retiradas por las empresas anunciantes.

Según el último informe anual (2013) del **Observatorio Andaluz de Publicidad no Sexista**, el soporte más denunciado fue la televisión con un 58,53% del total de denuncias recibidas. Los dos puntos más infringidos en estos anuncios han sido:

- 1.-Promover modelos que consoliden pautas tradicionalmente fijadas para cada uno de los géneros
- 2.- Fijar unos estándares de belleza femenina considerados como sinónimo de éxito

Tal como indica el **IAM** en su presentación web sobre la **coeducación**, ésta pretende eliminar estereotipos o ideas preconcebidas sobre las características que deben tener las niñas y los niños. Y yo me pregunto, ¿cómo ir en esta dirección si el alumnado, que está hiperconectado mediáticamente, recibe los mensajes contrarios?

Los medios de comunicación difunden estereotipos sociales y la permanente repetición de una imagen o idea hace que nazcan los clichés, que se irán poco a poco introduciendo en toda la sociedad. **Espinar** (2006) ha observado que es más evidente la difusión de estereotipos de género en la publicidad que en el resto de programación

televisiva. Una imagen publicitaria o cinematográfica sexista de medio segundo puede acabar con [políticas de igualdad](#) y sensibilización que llevan meses implantándose en la escuela.

Por eso es muy importante que los medios de comunicación serios trabajen el lenguaje no sexista y que la publicidad no emita imágenes donde la mujer sea expuesta como objeto de deseo únicamente, mensajes que he nombrado anteriormente, no solo se emiten en publicidad, también en el cine, en los programas de entretenimiento e incluso en los informativos diarios. En el caso de los Medios de Comunicación públicos, la **Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo**, para la [igualdad efectiva de mujeres y hombres](#), especifica en el artículo 28 sobre la Sociedad de la Información, en el punto cuatro que: en los proyectos del ámbito de las tecnologías de la información y la comunicación sufragados total o parcialmente con dinero público, se garantizará que su [lenguaje y contenidos sean no sexistas](#).

Los medios de comunicación son un agente socializador que cobra cada vez más trascendencia y por ello hay que analizar aquello que transmiten a través de una actitud activa y crítica. Y en cuanto a los medios privados, ¿qué pasa con ellos?

La misma ley (**art. 39**) dice sobre la igualdad en los medios de comunicación social de titularidad privada que: las Administraciones Públicas promoverán la adopción por parte de los medios de comunicación de acuerdos de [autorregulación](#) que contribuyan al cumplimiento de la legislación en materia de igualdad entre mujeres y hombres, incluyendo las actividades de venta y publicidad que en aquellos se desarrollen.

La **autorregulación** que estas empresas realizan se puede verificar que no es suficiente y que las mujeres expuestas en sus programaciones de informativos reflejan claros clichés de mujer guapa, delgada, sonrisa perfecta y con escote, y ya ni hablemos de los programas tertulianos donde la mujer sigue siendo objeto de deseo y provocaciones.

En cuanto a [igualdad y publicidad](#), (*op. cit.*, **art. 41**), observamos que: la publicidad que comporte una conducta discriminatoria de acuerdo con esta Ley se considerará publicidad ilícita, de conformidad con lo previsto en la legislación general de publicidad y de publicidad y comunicación institucional.

Cada año hay denuncias, y muchas sin atender, que acaban por no considerar ilícitos los anuncios acusados. Por lo que me pregunto si está funcionando la ley de igualdad o no y si la ley no es suficiente, qué otras medidas se podrían implementar para

cambiar esta situación. Por lo pronto, creo que **crear una visión crítica** en el alumnado sobre la realidad mediática sería un buen comienzo para reducir las influencias negativas.

## 2.6. La alfabetización audiovisual

“La mujer sigue representándose bajo los mismos tópicos y estereotipos, asociados, a menudo, al mundo de las emociones: la pasividad, la maternidad y la sexualidad, en entornos privados, mientras que el hombre se le siguen otorgando, de un modo generalizado, atributos como el raciocinio, el liderazgo y la acción apareciendo normalmente en espacios públicos”.

Galán Fajardo, 2007.

Según las conclusiones del Dr. **Gómez Olea** en su tesis doctoral sobre la influencia de la televisión en el alumnado, los niños y niñas están **solos ante la pantalla**:

“El alumnado se encuentra en un mundo con gran predominio simbólico, que para entenderlo le faltan muchas claves, y lo peor es que aquellos/as que pueden y deben ayudarles, lo hacen inadecuadamente o simplemente no lo hacen (instituciones, **responsables** de las cadenas, profesores/as, adultos familiares, padres/madres” (**Gómez Olea**, 2010, p. 358).

Se vuelve a incidir entonces en la idea de que aun existiendo normativas y autorregulaciones de las cadenas que protejan a nuestros niños y niñas de estas emisiones, no es suficiente y esta **soledad** ante **la pantalla mágica** puede producir indefensión, que junto a las carencias de formación de su lectura, producirán unos efectos contraproducentes por la falta de **alfabetización digital** o digital literacy (**Gilster**, 1997).

Desde que los niños y niñas entran en la escuela uno de los principales objetivos de sus docentes, y que suele provocar mayor alegría en las familias, es enseñarles a leer y escribir palabras y textos. Sin embargo, el término leer "responde a una actividad reflexiva que implica la decodificación de un mensaje, que previamente se ha codificado utilizando un código de signos visuales, sonoros o escritos" (**Cuadrado**, 2005, p. 8). Por tanto, también es posible hablar de lectura de una imagen.

Enseñar a leer textos de carácter visual y audiovisual es algo que parece reservado exclusivamente a las universidades y escuelas de enseñanza específicas de la rama de comunicación audiovisual, bellas artes, arte dramático, publicidad y cine. Sin embargo, tal y como indica la investigación de **Ortega y Pérez** (2013, p. 299), actualmente “**más de la tercera parte de la información que llega a la ciudadanía es de naturaleza visual**”. En los medios de comunicación las imágenes han cobrado mayor importancia que el texto,

convirtiendo al audiovisual en el lenguaje por excelencia. Imágenes que ofrecen visiones estereotipadas de niños y niñas, mujeres y hombres, vidas ideales, casas perfectas, mascotas con pelo brillante, efectos especiales que distraen al ojo mientras los mensajes, la ideología y las creencias preestablecidas entran al inconsciente.

Este hecho subraya la importancia de la alfabetización audiovisual, un proceso de formación que permite al alumnado desarrollar **mecanismos de defensa** ante la persuasión y la manipulación (**Ortega**, 2007) a la que están continuamente expuestos.

Sobre la exposición a los medios de comunicación, **Cuadrado** (2005) expone en su estudio “Características de la Comunicación Audiovisual” que:

- Si el Sistema Educativo o formal educa para velar por los intereses de la sociedad y por tanto de los ciudadanos/as, este agente educativo informal educa para proteger los intereses de creadores de realidad, es decir, de los programadores del sistema.
- Para el aprendizaje de los medios es imprescindible comprender y dominar el lenguaje hegemónico de éstos, es decir, el lenguaje audiovisual, así como cierto entrenamiento en el análisis crítico de sus mensajes (p. 9).

Por lo tanto, **Cuadrado** confirma que el agente educativo de los medios de comunicación no hace más que perpetuar una serie de intereses programados por el sistema global.

**Cobo** entiende el concepto de alfabetización audiovisual de forma que “Un alumno está alfabetizado en lo audiovisual cuando [...] se familiariza con este lenguaje y su significado para poder entender el mensaje central del autor y la cultura que se está recreando” (2008, p. 4). Así, el alumnado entiende que las imágenes son **representaciones subjetivas**, con una gran carga ideológica, ante la que se entrena para adoptar una actitud crítica y añade **Cobo** que lograrán la alfabetización audiovisual cuando consigan crear y producir sus **propios mensajes audiovisuales**, experimentando el placer de generar sus propios relatos. Por lo tanto, si los producen sabrán cómo **leer publicidad**.

Con esta necesaria alfabetización audiovisual se podrá analizar de forma crítica la representación de los estereotipos de género en los medios y tomar conciencia para no ser una ciudadanía persuadida por los roles discriminatorios transmitidos, ser una sociedad más exigente que denuncie anuncios sexistas y haga que se cumpla la Ley de Igualdad entre hombres y mujeres.

## 2.7. La educación artística con el cine y la publicidad

“El cine es un bien cultural, un medio de expresión artística, un hecho de comunicación social, una industria, un objeto de comercio, enseñanza, estudio e investigación. El cine es, pues, una parte del patrimonio cultural”.

Rojas Gordillo, 2003.

La definición de **Rojas** nos acerca a la idea de enseñar cine en las aulas, ya que forma parte del ámbito cultural, no solo del mundo del entretenimiento y del ocio. **Antonio Almagro García** en su publicación “El cine como recurso didáctico” (2007) afirma que si se usase el cine en el aula, el alumnado lo relacionaría con el mundo del ocio y tiempo libre, provocando una mayor motivación.

No obstante, **Santos Guerra** (1999), confiesa su preocupación tras haber utilizado cine en el aula: “En un mundo de imágenes, la escuela sigue siendo un islote de palabras. Tengo miedo de que el cine que les gusta, que les interesa, les resulte pesado y aburrido porque volcamos sobre él categorías académicas”.

Los estudiantes tienen asociadas las imágenes audiovisuales con la fascinación, lo que provoca un alto grado de identificación con las historias y los personajes, y una "participación emocional por parte del receptor [...] en la que el plano emocional y afectivo prepondera por encima del intelectual" (**Almagro**, 2007, p. 24).

En este sentido, **Joan Ferrés** (1998) plantea que hay dos espacios que transitan los alumnos y alumnas en la percepción de los mensajes de su entorno; la **logosfera** (más cercana a la escuela, el mundo de la palabra) y la **iconosfera** (el mundo de la imagen, más cercano a la vida cotidiana del alumnado).

Mientras que educar en la logosfera exige esfuerzo y paciencia, la iconosfera representa un mundo de inmediatez, actividad y respuestas más emotivas. Es por ello que ya no solo en la Educación Artística y Visual, sino que todas las materias podrían recuperar del lenguaje audiovisual materiales más motivadores y cercanos a los estudiantes para trabajarlos con un criterio pedagógico.

Según la mirada de **Ferrés**, lo que se ve en los medios apela a la emoción sin reflexión, y la escuela genera reflexión sin emoción. Aprovechar el lenguaje

cinematográfico y publicitario desde el espacio educativo implica un desafío: "incorporar la emoción como un camino para la reflexión".

De esta forma el séptimo arte se convierte en un recurso muy útil para trabajar la **competencia digital** y se puede compaginar con la creación de obras de teatro y anuncios, series de televisión o cortometrajes y todo desde un punto de vista crítico. Irónicamente, están prohibidos los gadgets electrónicos en las aulas, cuando se debería fomentar una "alfabetización crítica, dignificante y liberadora de estos" (Gutiérrez y Tyner, 2012, p. 32).

En este sentido se vuelve necesario una **educación de la mirada** del alumnado ante las imágenes que rodean e invaden su mundo, para que puedan comprenderlas y al mismo tiempo sean capaces de comunicarse a través de ellas y les capaciten para el espíritu crítico en cuanto a sus mensajes (Almagro, 2007). De ahí la importancia estratégica que cobra hoy una escuela capaz de un uso **creativo** y crítico de los medios audiovisuales y las tecnologías informáticas.

Por otro lado, producir publicidad o cine en el aula tiene efectos positivos para las **relaciones interpersonales** entre el alumnado, ya que este se trabaja de forma cooperativa. Huertas (2005) sostiene que el trabajo cooperativo trabaja los siguientes aspectos:

- Condiciones afectivas y motivacionales: Realizar un aprendizaje en grupo refuerza la seguridad en uno mismo, el respeto mutuo y la aceptación de otras formas de expresión.
- Cohesión e interdependencia del grupo positiva.
- Comunicación interpersonal: Enseña a regularse, tanto en los turnos de habla, en el dejar hablar a los demás y en reconocer cuándo hablar entorpece el trabajo de los otros.

No siempre de forma positiva la sociedad y los medios de comunicación y entretenimiento educan, ya que están mostrando mensajes e ideas que no cumplen con la ley de igualdad, entonces hará falta un refuerzo por parte de los demás agentes y en especial, es **el sistema educativo y la familia** los que deben hacerse responsables de enseñar en términos de igualdad y los que deben concienciar al alumnado de que estos mensajes no son adecuados, de cómo tener una visión crítica hacia ellos y de cómo crear alternativas más equitativas y que transmitan las mismas ideas.



## 3. Diseño y fundamentación de mi intervención docente

### 3.1. Análisis de contexto

Hoy por hoy la oferta de prácticas del máster ofrecía una serie de centros para dar en su mayoría la asignatura de **Dibujo**. Sin embargo, puesto que mi licenciatura es la de Publicidad y Relaciones Públicas opté intervenir en Imagen y Sonido, un ciclo formativo superior que podría estar más relacionado con mi especialidad.

Así fue y pude enseñar al alumnado teoría y práctica del medio publicitario. El centro escogido fue el IES Politécnico Jesús Marín, un instituto público enorme tanto físicamente como en su oferta educativa.

A continuación, comentaré todos aquellos datos relevantes del centro y de su alumnado, que creo necesarios para entender mejor mi labor en el mismo.

#### 3.1.1. Historia del centro

El origen del instituto que hoy día conocemos como Politécnico data del año 1927. Durante los primeros cursos su nombre oficial fue “Escuela Industrial”. Como se explica en la página web oficial del centro ([www.politecnicomalaga.com](http://www.politecnicomalaga.com)), años más tarde, se implantaron los estudios de Formación Profesional de Primer y Segundo Grado, popularmente conocidos como FP1 y FP2 y pasó a llamarse “Instituto Politécnico Nacional”, y desde el año 1979, se añade además el nombre “Jesús Marín”, en homenaje al profesor y director del centro desde el año 1958 hasta 1971.

La distribución del espacio del centro es completamente simétrica, tiene forma de “U”. El edificio posee un elevado número de clases y departamentos debido a la gran cantidad de alumnos y alumnas matriculados. Numerosas son las instalaciones que lo componen, entre ellas: dependencias dedicadas a la gestión y a la administración, sala de profesores, departamentos para distintas áreas, cafetería, reprografía, gimnasio, salón de actos, gabinete de medios audiovisuales (G.A.M.A), biblioteca, aula de diseño y aula multimedia.

En general el instituto transmite una sensación de edificio viejo, anticuado y clásico. Aún se mantienen las tarimas para que el profesor o profesora dé las clases desde

una posición superior. Y hay elementos arcaicos, como una cabina telefónica que no funciona en la cafetería.

### **3.1.2. Situación geográfica del centro**

El centro se encuentra situado en la barriada de Carranque, concretamente en la Calle del Politécnico nº 11. Se trata de un lugar de nivel sociocultural medio/medio-bajo.

### **3.1.3. Recursos materiales**

El área de Imagen y Sonido tiene todo un anexo exclusivo para las distintas clases. Además, dispone de aula de sonido con aislamiento acústico e instrumentos musicales, plató de televisión y multiusos, salas de revelado y realización, estudio fotográfico, salas de montaje de video y zonas comunes como jardines y patios privados. A las alumnas de prácticas se nos ofreció todo lo disponible e hicimos uso de ello.

### **3.1.4. Características de la comunidad educativa del centro**

#### **3.1.4.1. Recursos humanos**

El IES Politécnico Jesús Marín cuenta con un cuerpo docente formado por 160 profesores y profesoras. Todo el profesorado ha estado atento y servicial y nos ha ayudado en todo lo necesario.

Con el orientador Juan Lima visitamos todo el centro y las diferentes instalaciones; los talleres de electrónica, el taller de biología y geología, el taller de mecánica y carrocería, el taller de artes plásticas, el departamento de edificación y obra civil, el aula G.A.M.A, el plató de televisión, las aulas de imagen y sonido, la biblioteca, etc.

Mi tutor del centro ha sido flexible a la hora de dejarnos organizar las unidades didácticas de las alumnas del máster. Por otro lado, no está a favor de las nuevas tendencias educativas y pedagógicas.

#### **3.1.4.2. Alumnado**

Me llama la atención la baja motivación y participación del alumnado del centro por las mañanas. Veo personas castigadas por los pasillos, gritos dentro de las aulas, observo clases de primero de la ESO y me escandalizo; gente comiendo chicles, zarandeándose en las sillas, de pie todo el rato, tomándole el pelo a la profesora, etc.

No obstante, me he llevado una percepción ideal de la educación, pues intervine en grupo de un Ciclo Superior, voluntario y de turno de tarde. Tuve suerte de estar por la tarde pero me estoy llevando una visión que quizás no corresponde con la realidad que me voy a encontrar en un futuro cercano.

#### **3.1.4.3. Horario de clase**

He tenido un horario de tarde que consistía en entrar a las 16:00h y salir a las 22:00h. Algunos días salíamos a las 20:00h porque el grupo de segundo del Ciclo Superior de Imagen y Sonido se había ido a las prácticas en empresas.

### **3.2. Unidad didáctica**

#### **3.2.1. Resumen de la planificación original**

En este apartado se desarrolla la unidad didáctica objeto de mi intervención en el centro. La programación anual de este ciclo ha sido afectada por la LOE y ha sufrido tantos cambios que aún no hay nada claro en el temario, por lo que favorece una mayor flexibilidad en la elección de los temas a tratar. Los objetivos y las competencias a trabajar se plasman muy generales y no fue muy complicado introducir y justificar el temario que quise dar en este contexto de 1º de Ciclo Superior de Imagen y Sonido.

##### **3.2.1.1. Grupo**

Mi unidad didáctica se desarrolló en la asignatura de **Grabación y Edición de Reportajes Audiovisuales (G.E.R.A.)** en el primer curso de Imagen y Sonido del turno de tarde, un grupo en el que todo el mundo era mayor de edad, con una media de 30 años.

### 3.2.1.2. Conclusiones de la fase de observación

El mes de marzo de 2015 sirvió sobre todo para observar directamente todo lo que ocurría en un aula, anotar reflexiones y sucesos, analizar los resultados de esta observación y preparar mi futura intervención en abril. Se me asignó el tutor Miguel Mancera Ponce, tutor de 1º del Ciclo Superior de Imagen en el turno de tarde. Este profesor siempre está acompañado por otro docente y juntos se encargan de dar las clases.

El alumnado estaba inmerso en trabajos prácticos finales para acabar el curso. Con esta dinámica los días allí han sido muy monótonos en el aula pues, o estaban grabando fuera del centro o editando en los ordenadores con auriculares puestos y muy concentrados. Por lo tanto, no ha existido interacción directa con el alumnado en el mes de marzo, al menos no más allá de pasar lista al principio de clase.

Observé que el tema de los trabajos no motivaba al grupo y que, obligado, se resignaba a obedecer lo establecido por el tutor. Por ello, mi intención ha sido la de motivar al alumnado partiendo de sus propios intereses. La relación con el tutor ya en marzo comenzó a ser un tira y afloja por las diferentes visiones sobre la educación y sus comentarios hacia mi persona han rozado la falta de respeto. Aun así, diseñé la unidad didáctica de forma autónoma.

### 3.2.1.3. Justificación del tema escogido

En un primer momento el tutor y yo pensamos que sería conveniente tratar el **Publirreportaje**, ya que venía muy bien en la asignatura y además, estaba relacionado con la carrera que yo había estudiado. Del total de más de 100 horas de prácticas en el centro, el tutor me dio para mi intervención un día de teoría, un día de prácticas (de cuatro horas y media de duración) y un día de evaluación. Fue entonces cuando me di cuenta de mis limitaciones. Al tener tan poco tiempo preferí el tema del **Spot publicitario** por su corta extensión y por su enorme difusión de estereotipos de género en nuestra sociedad.

Quería basarme en el interés del alumnado así que en vez de tratar todos los sectores de la publicidad, cada grupo de clase eligió un tema acorde con sus gustos e intereses. Estos sectores elegidos fueron: productos de limpieza, anuncios de fútbol y perfumes femeninos.

Se quedaron muy sorprendidos y estaban motivados, había logrado llamar su atención. Me encantaron sus reacciones cuando pasé el test en el que les daba a elegir a

ellos qué video querían crear. Una vez despertada la motivación, me dispuse a preparar una unidad didáctica basada en los resultados obtenidos. Quería mostrarles que el mundo de **la imagen es multidisciplinar**, es decir, iban a ser artistas pero también guionistas, actores, cámaras, realizadores, iban a reflejar la realidad como si fueran detectives que observan y sacan sus conclusiones. En definitiva, les propuse **jugar a ser publicistas del mundo al revés. ¿Cómo?**

### 3.2.2. Objetivos, contenidos y competencias

Este cuadro resume la planificación previa a la intervención basada ya en la evaluación inicial realizada al alumnado y de donde se obtiene orientación para el desarrollo de los contenidos.

Tabla 1.

#### Objetivos, contenidos y competencias previas a la intervención.

Objetivos didácticos	Contenidos	Competencias básicas de esta U. D.
Conocer las aplicaciones del Spot Publicitario en el campo de la imagen	Qué es un Spot Publicitario	<b>C1: Autonomía e iniciativa personal:</b> El alumnado utilizó: - Las responsabilidades de sus roles con iniciativa - Aumentó su nivel de autoestima y control de sus capacidades. -Afrontaron problemas que fueron surgiendo demostrando autonomía.
Identificar un Spot y diferenciarlo de un publrreportaje.	Su diferencia con el Publrreportaje.	<b>C2: Competencia cultural y artística:</b> - Libertad de expresión con la que han contado en todo el proceso de grabación del anuncio. -Grupos multiculturales que les permitió trabajar en un espacio de diversidad con sus idiosincrasias propias.
Conocer el concepto de contrapublicidad y saber	La contrapublicidad.	<b>C3: Tratamiento de la información y competencia digital:</b>

llevarlo a una práctica hipotética.		-Montaje digital del spot publicitario con efectos de sonido, música, iluminación. - Correcto tratamiento del contenido y una gran capacidad de síntesis.
Concienciar al alumnado de la difusión de estereotipos a través de la publicidad.	Difusión de estereotipos en la publicidad. Concienciación y reconocimiento.	<b>C4: Competencia matemática:</b> -Procesos de reducción de los segundos del spot. -Lógica utilizada en la resolución de problemas. -Rodaje en un <b>espacio</b> real y futura interpretación de la realidad y darle un giro de 360 ° (contrapublicidad).
Aprender a concretar información desde un punto de vista práctico en la realización de un Spot real y saber reducirlo a menos de un minuto.	Ejemplos teórico-prácticos sobre sectores específicos previamente seleccionados por el alumnado. A saber: -Publicidad sobre el mundo del fútbol -Publicidad sobre productos de limpieza -Publicidad de perfumes femeninos y masculinos	<b>C5: Competencia en el conocimiento y la interacción con el mundo físico:</b> Para el desarrollo del spot publicitario el alumnado ha tenido que interactuar con el espacio físico que les rodeaba, han tenido que pedir material, permisos de rodaje, préstamos de productos, han buscado atrezzo y vestuario adecuado e incluso se han traído un perro.
		<b>C6: Competencia social y ciudadana:</b> -Expresión de diferentes ideas grupales y que todas sean escuchadas y respetadas. -Decisiones relevantes para el resultado de su spot, conscientes y responsables de su propio trabajo y del ajeno, ya que cuando un grupo terminaba ayudaba a los demás, mostrando empatía, solidaridad y compañerismo.
		<b>C7: Competencia para aprender a aprender:</b> Al ver el resultado del montaje han sabido apreciar la ayuda de otras personas para conseguir recursos (intelectuales,

emocionales, físicos), y han conseguido ser conscientes de lo que uno puede hacer solo y en grupo, es decir, han sido reflexivos acerca de las capacidades propias y de las ajenas.

**Nota.** Fuente: Elaboración propia.

### 3.2.3. Metodología de Aprendizaje Cooperativo:

Se propone al alumnado trabajar los contenidos de la siguiente manera:

**Paso 1: Grupos:** Se formarán cuatro grupos de entre cinco y seis miembros. La forma de organizar cada grupo será negociada con el alumnado para que la implicación y motivación sea mayor.

**Paso 2: Roles:** para conseguir una mayor colaboración por parte de todos y todas se asignará a cada miembro un rol. De este modo, todos colaboran. Los roles serán los siguientes:

- Coordinador o coordinadora
- Secretario o secretaria
- Responsables de material (2 ó más)
- Portavoz

**Paso 3:** Incorporación de **teoría amena** e ilustrada con ejemplos e imágenes que conecten con el alumnado, videos reales, actuales y adaptados a su interés.

**Paso 4:** Planteamiento de una sencilla **práctica** grupal explicando detenidamente los objetivos de la misma, implicando al alumnado y cerciorándose de que todos y todas han comprendido lo que se pide.

#### 3.2.3.1. ¿Con qué recursos didácticos partimos?

El material necesario para la práctica está totalmente disponible en el centro. El espacio destinado al desarrollo de la unidad didáctica será el aula, los talleres y los laboratorios de imagen y sonido. Para la exposición se mostrará un audiovisual con previo montaje digital en las salas de realización. Pueden complementar los rodajes con recursos caseros que no supongan ningún coste económico adicional.

#### 3.2.3.2. ¿En qué consistió la práctica?

El alumnado tiene que crear un **spot publicitario de máximo 1 minuto** de duración sobre el sector previamente escogido y mostrar los aspectos de la contrapublicidad vistos en la

teoría. Es decir, el aspecto final debe ser similar al de todos los anuncios de ese sector pero el argumento debe llevarse a la exageración, absurdo o contradicción. Productos que critican lo que venden, estereotipos llevados al máximo humor. No solo así aprenden sobre la publicidad y su producción, sino que además asimilan los roles y estereotipos que esta transmite y en un tono de humor.

Posteriormente a la creación del guión y se graban las escenas. A continuación, se vuelve a la sala de realización para el montaje final con efectos, iluminación y música adecuada. Finalmente, se expone ante el resto de la clase el proyecto grupal realizado a través de la figura del portavoz, que además de mostrar el audiovisual, explicará brevemente el proceso seguido, los problemas acontecidos y las conclusiones grupales.

### **3.2.3.3. Atención a la diversidad**

La práctica está diseñada para todo tipo de estudiantes. Al estar en grupos se fomenta la ayuda mutua. Como han escogido su propio tema, nace la motivación de forma natural y el alumnado se autogestiona los tiempos, espacios, escenas, materiales y desarrolla sus roles. No obstante, se revisará en todo momento si los objetivos planteados previamente se están cumpliendo sin dificultad y si existiera alguna, se atenderá con un posible refuerzo y rediseño para fomentar siempre la mejor adaptación al grupo.

### **3.2.4. Evaluación**

La evaluación de la práctica quise que fuese compartida pero no midió todos los aspectos que me hubiesen gustado y quizá fuese por una falta de previsión y por la ausencia de una rúbrica de evaluación.

En primer lugar realicé una evaluación inicial en la intervención teórica que proporcionó datos relevantes acerca del conocimiento previo del alumnado sobre el tema en cuestión.

En segundo lugar se ha estado observando todo el proceso de trabajo en equipo y el acercamiento continuo al alumnado ha facilitado la retroalimentación y la opción de alternativas cuando ha ocurrido algún bloqueo o percance. No obstante, no había un porcentaje de la nota final que valorase esta buena actitud.

En tercer lugar, se visionaron los anuncios y como prueba del trabajo constante diario partieron de una calificación de un cinco. Se valoró la entrega en el plazo acordado con la duración estimada. A continuación, se procedió a la evaluación compartida con el alumnado. Cada grupo decidía una nota del 5 al 10 y a modo de jurado mostraba un



cartelito con el número elegido. El peso total de estas notas del alumnado era del 30% de la nota final y la de la profesora del 70%. Aquí deja clara las carencias, ya que no se valora la actitud, la asistencia, la colaboración entre grupos, etc. Parece que solo se evalúa un resultado y que los estudiantes pierden el rumbo, no tienen guía alguna a la hora de poner un número. (Véase ANEXO 2)

Finalmente, se entregó un cuestionario para evaluar la actividad para tener en cuenta los resultados en las futuras clases.

No se diseñó bien la evaluación y por consiguiente, algunas personas se sintieron violentas valorando a sus compañeros y compañeras. Me faltó una rúbrica de evaluación diseñada con el propio alumnado, que por falta de tiempo y previsión, no se pudo realizar. Estos fallos se intentarán solventar en el nuevo diseño de la UD.

### **3.3. Revisión crítica de la planificación y del desarrollo de la intervención.**

Tendré en cuenta:

- La observación directa cometida en el aula y sus reflexiones anotadas en el diario de prácticas
- La encuesta inicial sobre los intereses propios del alumnado (véase ANEXO 1)
- Las reflexiones y conclusiones obtenidas de mis intervenciones
- La evaluación realizada a los distintos grupos
- El cuestionario final de satisfacción realizado al alumnado

#### **3.3.1. ¿Se pudo llevar a cabo lo planificado previamente?**

En un principio los contenidos teóricos iban a ser más extensos, conceptos de publicidad, la Ley de Publicidad, la contrapublicidad, teorías de la comunicación, no obstante, al ver el poco uso que se le daba a las TICs en una especialidad de Imagen, di un giro y reduje la parte teórica contrastándola con más ejemplos prácticos que captaron la atención del alumnado, que entusiasmado era capaz de extraer la teoría de los diferentes anuncios expuestos.

Qué mejor manera de explicar algo que relacionándolo directamente con la realidad. Por lo tanto, frente a una previa programación de diferentes conceptos teóricos

que iban a ser expuestos en la presentación, reduje finalmente a breves definiciones con sus respectivas ilustraciones audiovisuales. Además, me confesó el alumnado que nunca verían igual los anuncios de televisión.

### **3.3.2. ¿Tuve tiempo suficiente para mis intervenciones?**

En un primer momento el profesorado nos dijo que dispondríamos de cinco sesiones mínimas de una hora de duración, pero conforme pasaba el tiempo esas sesiones se iban reduciendo por el cercano fin de curso, por trabajos que el alumnado debía entregar de otras asignaturas, por tener que compartir mis prácticas con dos alumnas más y por repartir horarios.

Tuve que compartir la primera sesión de teoría con mi compañera del máster lo que supuso una doble información a los estudiantes, una doble explicación de conceptos y una doble tarea práctica grupal que debían realizar. Lo mismo ocurrió en la evaluación, que al ser simultánea con la sesión de mi compañera pudo haber supuesto cierta saturación y estrés y un exceso de proyecciones de los trabajos con sus respectivas valoraciones.

Estimo que hubiera sido necesario más tiempo para mi unidad didáctica, para poder profundizar más en el marco teórico y poder explicar más detenidamente en qué consistía la práctica. La evaluación me hubiera gustado que hubiese sido más extensa, ya que por desgracia, casi se limita a poner una nota numérica. Me faltó tiempo para poder hacer debates y comentar entre todos y todas las apreciaciones positivas y negativas de sus trabajos.

### **3.3.3. ¿Cómo se fueron sucediendo las sesiones de intervención?**

Si la primera parte de observación me había dejado un sabor de boca no muy bueno por ver a un alumnado aislado con sus montajes de vídeo, cada uno con sus cascos de audio, sin entablar conversaciones con las alumnas de prácticas, con visible falta de interés por la asignatura, cuando llegaron las intervenciones prácticas todo cambió.

Puede que captara su atención, que fuera un chorro de aire fresco que rompía con una monotonía, pero se entregaron conmigo: hablaban, bromeaban, me respetaban, me consultaban dudas, se les veía un claro interés por el trabajo práctico grupal y se rieron mucho. Me hicieron ver que eran una piña, que salían juntos siempre en horario extraescolar pero me confesaron que, a veces, eran insoportable tantas horas de clases y en horario de tarde-noche.

Me sorprendieron para bien, descubrí quiénes eran mis alumnas y alumnos y pude llegar hasta ellos, de lo que estoy orgullosa. Las sesiones se sucedieron como estaban planificadas y con satisfactorios resultados. (Véase ANEXO 3)

#### **3.3.4. ¿Cómo fue el seguimiento personal del alumnado?**

En todo momento mi atención fue personalizada y estuve atenta a todo el alumnado, a resolver sus dudas, a ayudar a los más atrasados, proponer soluciones, intentar inspirarlos y motivarlos. Participaron en su totalidad, incluso aquellos que el tutor definió como “desechos sociales” y eso para mí es un logro muy positivo. Sin lugar a dudas el hecho de utilizar ejemplos de anuncios actuales ha provocado la motivación intrínseca y me ha acercado más a su mundo, lo que favorece el aprendizaje que es el objetivo principal. Querían crear, querían por fin elegir el tema de sus vídeos y además, como se les pedía clave de humor, se lo pasaron en grande. De hecho en el cuestionario final de satisfacción pude comprobar que el tema de la publicidad y la contrapublicidad habían calado positivamente.

#### **3.3.5. ¿Cómo fue la atención a la diversidad?**

En la programación de la asignatura se especificaba lo siguiente:

“La atención a la diversidad se propone para paliar la situación de los alumnos con necesidades educativas especiales, es decir, aquellos que tienen deficiencias en el aprendizaje, bien permanentes (deficiencias físicas sensoriales, intelectuales, etc.) bien transitorias (problemas de maduración, deficiencias socioculturales, afectivas, etc.).”

Según el tutor más de un alumno y alumna era “cortito”, no obstante, en mis intervenciones no hubo ningún problema al respecto, todos y todas participaron como se esperaba y de forma conveniente. Aun el tutor me recordó que en los grupos quedan escondidos aquellos que no trabajan y no aportan y que el clima de competencia estaba patente. Puede ser que una vez más mi idealización de la enseñanza me cegara ante la realidad. Por lo que para resolver estos posibles conflictos y ser más justos en la evaluación, tendría que modificar la unidad didáctica con las actividades propuestas para reducir las diferencias entre grupos.

Sin embargo, veo positiva la colaboración de personas distintas que puedan ayudarse mutuamente. Aunque sí veo necesaria la revisión pues no merecerían la misma nota integrantes del mismo grupo si uno ha trabajado más que el otro.

### 3.3.6. Metaevaluación

Desde un primer momento tuve claro que la evaluación sería compartida con el propio alumnado.

- **Evaluación inicial:**

Si bien no fue muy completa, introduje una serie de preguntas de evaluación inicial en la exposición Prezi para ver si conocían los conceptos básicos y las diferencias por ejemplo, entre publicidad y contrapublicidad o un publrreportaje. No obstante, me temo que no atendí en profundidad a este aspecto que podría haber modificado en mayor o menor medida el resto de intervenciones.

- **Criterios de evaluación:**

No estuvo bien planificado este aspecto o no supe cómo transmitirles o evaluar los diferentes criterios de evaluación. Sí les dije los requisitos mínimos del spot que debían crear: música adaptada al sector, personajes, duración máxima, que se evidenciaran los estereotipos que transmitían, etc. No obstante, estos criterios de evaluación no son todos los que se evaluaban, también el saber trabajar en grupo, el asumir la teoría y saber aplicarla de forma consciente, el saber diferenciar el anuncio del contra-anuncio y eso no supe cómo transmitirlo.

- **Evaluación de mis intervenciones:**

Aunque realicé un cuestionario final de satisfacción, este no estuvo bien planificado ni diseñado acorde la unidad didáctica, sino que de forma acelerada se creó sin muchas referencias a lo programado, pudiendo contener incoherencias o preguntas inútiles. Aún así, resultaron ser unos datos muy útiles para mi futuro docente y para mi propuesta de mejora, dejando evidencias claras que el alumnado no disfrutó en su mayoría de una evaluación compartida que les hacía competir con sus compañeros y compañeras.

### **3.4. Aspectos a mejorar**

#### **3.4.1. Temporización**

Una de las evidencias de que el tiempo no ha funcionado es que hasta última hora el alumnado estaba editando los spots publicitarios argumentando que no habían dispuesto del margen suficiente para entregar algo de calidad y que un audiovisual no era solo escenas bien grabadas, sino que requerían una buena post-producción. Aun así hay grupos que logran entregar el trabajo a tiempo y de buena calidad por lo que me hace pensar que existe una falta de autogestión por parte de algunas agrupaciones, ciertos problemas de previsión y concentración en clase. La solución sería aumentar los tiempos de entrega para favorecer un reajuste de ritmos y además, reforzar a los grupos menos avanzados ofreciéndoles alternativas más flexibles y estudiando la razón de la tardanza.

#### **3.4.2. Atención a la diversidad**

Como bien he comentado antes, algunas producciones audiovisuales no llegaron a terminarse a tiempo así que tendría que reajustar las opciones de trabajo y permitir que se pueda avanzar en casa. Además, no todo el alumnado pudo llevar el ritmo de clase y habría que ser más flexible en la actividad encomendada y adaptarme a esos alumnos y alumnas en particular. Me faltó hacer un cuestionario inicial sobre su conocimiento en grabación de reportajes y publicidad, puesto que era evidente que algunos grupos avanzaban más fácil y rápido que los otros.

#### **3.4.3. Evaluación**

Por momentos me preguntaba si mi clase estaba aprendiendo con mi unidad didáctica y es una idea totalmente equivocada preguntarles si aprenden o no, pues muchas veces son conocimientos aplicables a largo plazo que solo se harán evidentes en un futuro. Hubiera sido necesaria también una auto-evaluación final, al igual que una evaluación final para que cada estudiante sea consciente y reflexione sobre lo aprendido. Aunque se proyectaron qué se iba a evaluar de cada proyecto y qué les pedía (requisitos), se hace necesaria la reiteración de estos requerimientos pues constantemente preguntaban cuáles eran. Me di cuenta que no quedó claro el tema de los criterios de evaluación y que deberían haberse transmitido de forma más precisa y preguntando si había alguna duda al respecto.

## 4. Nueva propuesta de intervención

**Grabación y Edición de Reportajes Audiovisuales**

**Primer curso del ciclo superior de imagen**

UNIDAD DIDÁCTICA.

**El Spot Publicitario: Características y estereotipos de género**

### 4.1. Contexto

Estamos inmersos en una sociedad que avanza estrepitosamente en lo referente a lo social y derechos morales. Y sin embargo, nos rodea un mundo lleno de imágenes que en algunos casos nos muestran mensajes incoherentes, imposibles, retrógrados y llenos de estereotipos que dificultan el cambio. ¿Avanzamos o retrocedemos? Si tienen tal influencia los mensajes visuales, ¿por qué no usarlos para progresar? Cómo leer estos mensajes gráficos de forma crítica será fundamental para poseer las herramientas necesarias para enfrentarnos a la sociedad de la información.

Esta unidad didáctica pretende introducir los conceptos básicos relacionados con la construcción de mensajes audiovisuales y centrándose en la transmisión de estereotipos: cine, series de televisión y publicidad. Los conocimientos previos del alumnado deberán incluir cuestiones básicas de guión, iluminación, grabación de imágenes.

La programación de esta unidad didáctica se realiza conforme el R.D. 127/2014, de 28 de Febrero por el que se regulan los aspectos específicos de la Formación Profesional así como la Orden de 9 de junio de 2015, por la que se regula la ordenación de las enseñanzas de Formación Profesional Básica en Andalucía para los cursos académicos 2014/2015 y 2015/2016.

### 4.2. Programación de G.E.R.A

La unidad didáctica sigue los principios del Plan de Centro del Politécnico Jesús Marín y es totalmente coherente con el resto de la programación docente de este Ciclo Superior. Esta UD se imparte en el tercer trimestre, tras la semana Santa, a estudiantes del curso 1º

de Ciclo Superior de Imagen. Los grupos de clase serán creados de forma democrática y heterogénea.

Esta unidad se dividirá en nueve sesiones teórico prácticas con 16 horas lectivas.

1. Visionado de ejemplos de anuncios sexistas denunciados con un posterior <b>debate</b> crítico grupal. <b>1 hora.</b>
2. Se reparten los grupos de forma democrática. Cada grupo no supera los cinco integrantes. En esta sesión se procede a la extracción de contenidos teóricos a través de <b>fichas de análisis</b> sobre un visionado de anuncios que se realizarán por grupos. Estas fichas se entregarán a final de clase. <b>1 hora.</b>
3. Presentación formal y estructura de dichos contenidos, se introduce la <b>Ley General de Publicidad</b> , su aplicación en temas de igualdad y se <b>debate</b> si se cumple o no en la realidad con muestras de más ejemplos actuales. <b>1 hora.</b>
4. Análisis más profundo de las características de ciertos sectores publicitarios específicos escogidos por el grupo e introducción del concepto de <b>contrapublicidad</b> . Cada grupo debe ir escogiendo un sector e ir pensando una idea para dar un giro a un estereotipo de género visible en anuncios televisivos. <b>1 hora.</b>
5. Se detallan los <b>objetivos de la práctica</b> , los requerimientos técnicos necesarios, la duración del anuncio que deben crear, la fecha de entrega y el sistema de evaluación que se seguirá. Entre todas las personas del aula se crea una <b>rúbrica</b> de evaluación con los aspectos que se considerarán. Los grupos comienzan a escribir el guión del anuncio, a repartir los roles establecidos y a detallar qué material van a necesitar los días de rodaje. <b>1 hora.</b>
6. Dos días de clase de tres horas cada uno para el rodaje completo del spot. $3 \times 2h =$ <b>6 horas.</b>
7. Día de montaje en el aula. <b>3 horas.</b>
8. Entrega de audiovisuales y <b>proyección</b> de los mismos por medio de los portavoces. Se proyectará cada anuncio dos veces. Los demás grupos deben fingir que son agencias de publicidad y deben rellenar una <b>rúbrica</b> que evalúe los distintos aspectos (creativos, técnicos, artísticos,

etc.) que debían conseguir las piezas. Al final de la clase entregan las fichas de evaluación. **1 hora.**

9. Día de **evaluación compartida**. Se comienza un debate grupal que comente las características objetivas de cada pieza, destacando los aspectos a mejorar y los aspectos positivos. De esta manera, se conseguirá un feedback útil y necesario para el futuro personal y laboral del alumnado. La profesora califica cada anuncio con un peso del 60% usando la misma rúbrica y deja el 30% para las rúbricas contestadas por la clase. El 10% restante será para una auto-evaluación realizada por los integrantes del grupo al que se valora. **1 hora.**

### 4.3. Objetivos Didácticos

- Comprender la importancia de la lectura de imágenes en la era de la información y concienciar al alumnado de la difusión de estereotipos a través de la publicidad, el cine y las series de televisión.
- Mostrar casos de anuncios sexistas denunciados y retirados para fomentar un debate crítico por parte del alumnado que aumente su autoconciencia.
- Conocer ciertos conceptos teóricos: Identificar un Spot, conocer la Ley General de Publicidad, saber qué es un publrreportaje y conocer el concepto de contrapublicidad.
- Saber realizar un spot publicitario que busque cambiar un estereotipo de género en una práctica hipotética, aprender a concretar información y hacer un montaje adecuado trabajando y colaborando en grupos.
- Emplear un lenguaje adecuado y coeducativo en la presentación final del trabajo, explicando en detalle el proceso seguido al resto de compañeros y compañeras y pudiendo transmitir las reflexiones y conclusiones conseguidas.
- Saber ponerse en el lugar de una agencia de publicidad real y evaluar los trabajos realizados por los grupos. Conocer el uso de la rúbrica de evaluación que previamente se habrá creado conjuntamente.

Tanto los objetivos, como los contenidos están bajo revisión y podrán ser cambiados tras el cuestionario inicial realizado al grupo, el cual determinará las necesidades concretas de la clase, el nivel con el que se parte y sus diferentes intereses.



## 4.4. Competencias Básicas

Se trabajarán las siguientes competencias:

**Competencia cultural y artística:** el alumnado aprenderá a leer las imágenes publicitarias proyectadas a través de las fichas de análisis, sabrán qué mensajes quieren transmitir, serán conscientes de la realidad actual a través de los casos denunciados y podrán opinar críticamente a favor o en contra, siempre valorando la importancia de las imágenes en la era de la información. A través del audiovisual creado podrán plasmar su creatividad artística y vivenciar lo que es un rodaje publicitario o contrapublicitario.

**Tratamiento de la información y competencia digital:** a través de las nuevas tecnologías el alumnado será capaz de realizar un montaje fusionando audio, música, iluminación y efectos. Esta competencia es muy necesaria para la inmersión laboral en nuestra actual sociedad de la información.

**Competencia matemática:** El alumnado tendrá que aplicar diferentes percepciones del espacio para rodar su spot, usarán planos, proporciones, podrán rodar en escenarios reales, medir distancias ante la cámara, cuidar las perspectivas y resolver problemas que vayan surgiendo con lógica.

**Aprender a aprender:** los grupos van a asumir responsabilidades propias y ajenas y podrán apreciar la ayuda y colaboración del resto de la clase como método aprendizaje.

**Autonomía e iniciativa personal:** con la repartición de roles el alumnado se hace responsable de un área concreta y toma decisiones de forma autónoma y con iniciativa. Toma control sobre sus capacidades y afronta cualquier problema que pueda surgir.

**Competencia lingüística:** se fomenta un aprendizaje de expresiones lingüísticas pertenecientes al mundo publicitario a través del diseño de la rúbrica de evaluación, a través de las fichas de análisis de anuncios y con la Ley General de Publicidad y su aplicación. Las habilidades orales se verán reflejadas en la exposición del trabajo ante la clase y se evidenciarán vocablos específicos del área.

## 4.5. Contenidos

Los contenidos muestran coherencia con los objetivos didácticos previamente nombrados:

<b>La imagen</b> en la sociedad actual. Muestra de casos reales de casos denunciados y retirados por vulnerar los derechos de igualdad.
La mujer y el hombre en el cine y la publicidad. <b>Estereotipos de género.</b>
El <b>spot publicitario</b> . Tipos, elementos que se repiten, características audiovisuales que lo componen. Ley General de Publicidad.
La <b>contrapublicidad</b> y su utilidad hoy día.
<b>Vocabulario profesional</b> del mundo de la publicidad. Conceptos clave; Target group, branding, brainstorming, briefing, campaña, display, gadget, logotipo, packaging, slogan storyboard, etc.
<b>Reglas básicas</b> para componer un anuncio: duración, tipos de planos, música, personajes, introducción al guión, palabras clave, efectos especiales recurrentes.

### ➤ Enseñanzas transversales

Estos contenidos están relacionados con la educación para la paz y la tolerancia, la equidad de género y la igualdad de oportunidades de hombres y mujeres en todos los sectores. Se busca que nazca en el alumnado un rechazo ante mensajes discriminatorios, que tengan un espíritu crítico ante los mensajes publicitarios y no se crean todo lo que oyen, que disfruten realizando el trabajo, ya que implica metodología de ocio y tiempo libre y se puede trabajar en un ambiente relajado, con música, moviéndose por el espacio, con el uso de ordenadores, etc.

## 4.6. Metodología

La propuesta de metodología de aprendizaje cooperativo partirá de:

- Una evaluación de los conocimientos previos sobre el tema de la unidad didáctica. Y seguirá incorporando poco a poco nuevos contenidos siempre basados en los intereses de los alumnos y las alumnas.
- Los ejemplos expuestos tendrán una actualidad alta para que estén más cercanos al mundo de imágenes de los y las estudiantes. Se irá incorporando vocabulario específico de publicidad y se irá invitando al alumnado a saber identificar los elementos que se repiten en los diferentes anuncios.
- Se plantea una práctica grupal sencilla y se constata que ha quedado clara la teoría. Será un trabajo adaptable al nivel de cada grupo y se valorarán positivamente las colaboraciones y ayudas entre grupos.
- Habrá un control del material y recursos que cada grupo vaya necesitando y se habilitará la sala de ordenadores para que puedan ir montando los diferentes spots. El alumnado podrá trabajar en un ambiente relajado, moviéndose libre por el espacio y respetando los silencios necesarios para la concentración, pero pudiendo escuchar diferentes músicas como pruebas de sonido para el spot (quedaría justificado a un volumen adecuado).

**Roles:** se mantendrá la organización de los roles en los grupos de trabajo

## 4.7. Actividades tipo y tareas propuestas de evaluación

Tabla 2.

Secuencia de actividades y competencias trabajadas.

Actividades tipo y tareas propuestas	Competencias Clave					Comunicación lingüística
	Conciencia y expresiones culturales	Digital	Matem.	Aprender a aprender	Iniciativa y espíritu emprendedor	
Cuestionario inicial (individual)	×			×		
Fichas de análisis de anuncios que se proyectarán en clase (individuales)	×	×		×		×
Debates críticos sobre visionado de anuncios denunciados por incumplir la ley de igualdad de género. (individual)	×				×	×
Elección del tema a trabajar en la práctica (grupal)					×	
Realización de un spot publicitario: grabación y montaje (grupal)	×	×	×	×	×	
Exposición del spot realizado y evaluación grupal compartida a través de rúbrica. (grupal)	×	×		×	×	
Auto-evaluación (individual)	×			×	×	×

Nota. Fuente: Elaboración propia.

A continuación, mostraré una tabla más detallada de la actividad que más peso tiene en la evaluación:

Tabla 3.

### Grabación de un spot

<b>Práctica grupal sobre el spot publicitario: guión, grabación, montaje y puesta en común en clase.</b> <b>Peso 60% nota final</b>	
Ejercicio	La práctica consiste en realizar un montaje audiovisual sobre un spot publicitario a través de un <b>briefing</b> que recibe cada grupo: de tema libre a elegir por el alumnado, deben elegir un estereotipo de género recurrente en publicidad y darle un giro argumental hacia la contrapublicidad.
Desarrollo y Temporalización	Los requerimientos técnicos necesarios, la duración del anuncio que deben crear y la fecha de entrega serán proyectados en una presentación. Se diseña una <b>rúbrica</b> de evaluación. Los grupos comienzan a escribir el guión del anuncio, a repartir los roles establecidos y a detallar qué material van a necesitar los días de rodaje.  Las siguientes dos sesiones serán de 3h cada una y cada grupo se auto-gestionará el tiempo para rodar. Tendrán otra sesión de 3h para montaje en la sala de realización.
Espacio	Durante el rodaje tienen libertad para moverse por toda la ciudad, pues son mayores de edad. También disponen del estudio de grabación, máquina de humo, instalaciones deportivas del centro, etc. Para el montaje tienen aulas de sonido y video con ordenadores equipados con la última tecnología en realización audiovisual.
Recursos y materiales necesarios	Cámaras de video, trípodes, focos, claquetas de cine, micrófonos de corbata.
Referencias	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Presentación con las características de cada rol y requisitos para el trabajo práctico, así como un timeline con la fecha límite de entrega.</li> <li>-Hoja de control de entrega y recogida del material del centro</li> <li>-Hojas de guión</li> <li>-Rúbricas de evaluación para cada grupo</li> <li>-Rúbricas de auto-evaluación de la UD</li> </ul>

**Nota.** Fuente: Elaboración propia

### 4.7.1. Evaluación

La evaluación no será realizada solo por el profesorado sino que el alumnado tendrá un peso importante en la nota final. Con la evaluación compartida y la auto-evaluación se pretende crear un grado más elevado de implicación del estudiante en su propio proceso de aprendizaje.

Procedimientos de Evaluación	Instrumentos de Evaluación
<b>Evaluación inicial</b> para obtener información sobre los conocimientos del alumnado y adaptar el contenido didáctico.	A través de un <b>cuestionario</b> escrito repartido a cada persona.
<b>Plantilla de corrección</b> de las diferentes fichas de análisis.	El alumnado visiona una serie de anuncios y rellena unas <b>fichas</b> individuales de análisis de los mismos. <b>10% de la nota final.</b>
<b>Observación directa</b> de la actitud y participación en debates.	La profesora lleva un <b>registro</b> de quién participa activamente en los <b>debates</b> que se plantean en clase y anota si esas aportaciones son provechosas, convenientes y apropiadas. <b>10% de la nota final.</b>
<b>Observación directa</b> del trabajo de clase y recogida en el diario de prácticas.	<b>Trabajo práctico grupal</b> en el que se observará de forma directa la interacción que mantienen con el espacio físico y con las demás personas, la grabación del spot, el trato con el material, el montaje en clase del vídeo, el uso que hace de las Tics, el uso que hacen de los roles asignados, etc.
<b>Observación directa</b> durante el desarrollo de las actividades grupales, teniendo en cuenta que se respetan opiniones, que se asiste regularmente, el reparto equitativo de tareas, la toma democrática de decisiones, etc.	La profesora tiene un <b>registro</b> de la actividad de clase y tiene en cuenta la <b>actitud</b> del alumnado, la participación, asistencia, puntualidad, comportamiento, la resolución de problemas, si muestran interés y motivación por el trabajo a realizar, etc. <b>10 % nota final.</b>
<b>Audiovisual</b> que se proyecta en clase.	<b>Exposición final</b> del trabajo por parte de cada portavoz. Se valora la entrega en el plazo acordado con la duración estimada. Se procede a la evaluación compartida con el alumnado a través de una <b>rúbrica flexible</b> que se adapte a cada clase y esté ajustada a las necesidades de los alumnos y

	<p>alumnas. La profesora tendrá un peso en la nota del 60% en el trabajo del spot.</p> <p>Los demás grupos aportarán un 30% de la nota del trabajo.</p> <p><b>60% nota final.</b></p>
<b>Auto-evaluación</b>	<p>Cada grupo evalúa su propio trabajo de forma crítica a través de la misma <b>rúbrica</b> previamente repartida y diseñada conjuntamente con el alumnado. Además, valora lo aprendido en la UD completa. Es una actividad individual</p> <p><b>10% de la nota final.</b></p>
A través de un <b>cuestionario de satisfacción</b> repartido a cada componente de la clase.	<p><b>Evaluación del profesorado</b> a la hora del desarrollo de la intervención docente. Se tendrán en cuenta los resultados para mejorar en las futuras clases.</p>

#### 4.7.2. Criterios de evaluación

- Los alumnos y alumnas han comprendido la importancia de la lectura de las imágenes audiovisuales y saben reconocer los estereotipos que estas transmiten.
- El alumnado sabe realizar un audiovisual que muestre los conceptos adquiridos y se auto-gestionan los tiempos, planos, guión, material, actores y actrices, etc.
- Los estudiantes se expresan con el lenguaje publicitario adecuado al explicar el proceso seguido en sus respectivas presentaciones orales. Deben usar un léxico apropiado y no coloquial.
- Cada estudiante entrega las fichas de análisis de anuncios.
- Cada grupo es capaz de evaluar a los demás a través de una rúbrica justa y diseñada con criterios adecuados y provechosos.
- Cada grupo debe entregar de forma puntual el trabajo y debe participar activamente en clase y en los debates planteados (actitud y asistencia).

#### 4.7.3. Evaluación docente

Cuando se finaliza la unidad didáctica junto con su evaluación, se pasará al alumnado un cuestionario sobre el funcionamiento de la práctica, los contenidos y la unidad didáctica en general.

**CUESTIONARIO SOBRE LA EVALUACIÓN DOCENTE****ASIGNATURA: Grabación y Edición de Reportajes Audiovisuales****UNIDAD DIDÁCTICA: El Spot Publicitario: Características y estereotipos****PROFESORA: Beatriz Gómez Leal**

1. Lee con atención las preguntas y pregunta a la profesora en caso de duda.
2. De menor a mayor puntuación, rodea con un círculo la puntuación que le dais a las clases recibidas durante este tema. (1 significa que no estáis de acuerdo y 4 que sí estáis de acuerdo)

Tabla 4.

**Cuestionario de evaluación docente.**

Nº	CUESTIÓN	PUNTUACIÓN			
1	La profesora introduce con claridad los contenidos del tema y pone ejemplos actuales.	1	2	3	4
2	La profesora atiende a todas las dudas planteadas y las resuelve con éxito.	1	2	3	4
3	Existe un clima de respeto mutuo entre la profesora y el alumnado.	1	2	3	4
4	La profesora intenta relacionar el tema con la vida real y el futuro profesional	1	2	3	4
5	El contenido es interesante y puede ser útil para mi vida.	1	2	3	4
6	Quiero saber más de este tema	1	2	3	4
Comentarios y sugerencias:					

Nota. Fuente: Elaboración propia.



## 4.8. Atención a la diversidad

Esta unidad didáctica partirá de los resultados obtenidos en la evaluación inicial y de la observación del grupo-clase durante el curso completo y podrá replantearse con las adaptaciones que sean necesarias.

- Evaluación inicial: servirá para conocer a nuestros alumnos y alumnas, cuántos son, cuál su diversidad, su nivel de cultura general y origen social y sus conocimientos previos sobre el tema, sus intereses, etc.

Esta evaluación será sumamente relevante para el transcurso del resto de la unidad didáctica, ya que nos ayudará a:

1. Ajustar la dificultad de la práctica al grupo-clase
2. Se reforzará a aquellos grupos que tengan integrantes con ciertas dificultades.
3. Dependiendo del grupo-clase y sus conocimientos se diseñará una temporización de los contenidos flexible y adaptada al tiempo que necesiten.
4. Se adaptará la metodología para que todo el mundo pueda llegar a los objetivos planteados.

## **5. Reflexión crítica y valoración personal del máster**

Como punto final de este trabajo se encuentra el resumen de mi proceso de aprendizaje durante todo el máster; cómo me he sentido, qué he echado en falta, qué he echado de más y cuál es la situación actual en la que me encuentro ahora.

Voy a realizar un recorrido no solamente destacando los aspectos positivos, sino aquellos asuntos críticos que deberían cambiarse y mejorarse, todo bajo mi punto de vista.

### **5.1. ¿Cuál ha sido mi aprendizaje?**

Antes de entrar al máster imaginaba que este nos iba a enseñar a ser docentes, que las clases iban a ser todas prácticas con ejemplos reales de lo que nos podía pasar en el aula. Sin embargo, en el primer trimestre nos encontramos asignaturas de gran carga teórica, hipotética y a veces utópica sobre autores de la educación y sus pensamientos, psicología no relacionada con la secundaria, sino con la infancia, herramientas de investigación cuantitativa y largas conferencias sobre diferentes temas relacionados más o menos con la educación. La práctica brillaba por su ausencia y nos hemos limitado a sentarnos en pupitres fijos de madera mirando a quien nos daba clase desde una tarima flotante que le situaba en un estadio superior.

Sin embargo, hubo algo muy enriquecedor en esta primera fase del máster. Conforme pasaban las clases me daba cuenta de la gran cantidad de alternativas a la hora de enseñar en un aula, algunas de esas teorías que defendían los y las docentes eran incongruentes con su propio modo de dar clase y eso también me hacía ver que de nuevo, me encontraba ante un gran marco teórico que ni mis propios docentes aplicaban a la vida real. ¿Tan difícil era llevarlo a la práctica? Y me ha sido muy difícil cambiar esta mentalidad en mis intervenciones. Es complicado romper con los moldes solidificados desde hace años.

Estaba claro que el docente era algo más. Rememorando mi propia educación secundaria me di cuenta que no quería ser una mera transmisora de conocimientos que me situaran a mí en una posición superior frente a mi alumnado. Había algo más, el alumnado podía enseñarme a mí y yo aprender de ellos. Podía existir feedback y se podía

construir el conocimiento entre ambas partes. Esto para mí fue un gran cambio de mis bases, de mis esquemas que ya estaban fijos sobre la educación.

Supongo que toda la clase fue abriendo la mente a nuevas formas de enseñanza-aprendizaje y para ello tuvimos que dejar la mente limpia para volver a crear nuevos pensamientos. Tuvimos que olvidar lo aprendido. Borrar las estructuras ya prefijadas y dejarnos llevar a nuevos paradigmas educativos más participativos en el aula, más prácticos y menos arcaicos. Ya no era **impartir** unos conocimientos, sino que la clase se iba a convertir en **comunicación** de 360 grados.

He de admitir que la segunda parte del máster me daba miedo. Soy una chica de 25 años que estudió Publicidad, dos años de arte dramático y que ahora deseaba ser profesora de inglés en secundaria. Para ello necesitaba un máster y la única especialidad disponible era dibujo, diseño y artes plásticas. En aquel momento en el que empezó el trimestre específico me dije “Sálvese quién pueda”, no sé nada de dibujo y voy a estar rodeada de personas con licenciatura en Bellas Artes.

No obstante, me vi rodeada de alumnas de publicidad, arquitectos, diseñadores de moda, ingenieras, toda una mezcla que por una u otra razón habíamos acabado juntos. Se acababa la parte genérica, ahora tocaba lo concreto, asignaturas relacionadas con las materias artísticas. ¿Podría yo con Publicidad adaptarme a esta especialidad?

Mis miedos se desvanecieron cuando me di cuenta que la importancia de la educación visual iba más allá de la carrera de Bellas Artes y que, mis colegas y yo teníamos mucho que aportar, porque vivimos en un mundo lleno de imágenes y su conveniente lectura es necesaria en todos los ámbitos de la educación.

Otro cambio de este segundo trimestre fue el hecho de que aunque éramos estudiantes cobramos una importancia que casi se igualaba a la de la docente. **Teníamos voz**, diseñamos los contenidos de las materias, podíamos crear nuestro propio método de evaluación, estábamos sentados en círculo sin un docente en un estadio superior. Qué de transformaciones nos rodeaban, tantas eran que nos costó adaptarnos por la vagancia que se apodera del alumnado; dame todo como siempre que no nos queremos “rallar”. Estábamos presenciando nuestra propia mudanza de piel, **la oruga dejaba paso a la crisálida**.

Pero, ¿acaso el verdadero conocimiento se adquiere haciendo lo de siempre? NO. Y aquí está mi mayor reflexión de este máster. **Si algo no se practica se olvida**, no sirve para nada. Y es en un entorno de **igualdad docente-alumnado** cuando surge el empoderamiento de los y las estudiantes, de los cuales surgen las iniciativas, las

propuestas, los problemas y las soluciones. ¿Cómo? Practicando grupalmente y trabajando conjuntamente sobre los diferentes aspectos de la especialidad. Descubriendo la teoría, investigando y hallando las respuestas a las incógnitas planteadas. **Y me dije: yo quiero enseñar así.**

Pero llegaba la hora. Debía desplegar mis alas, dejar el pupitre e introducirme en las aulas con otro rol, el rol docente. Y entonces me choqué con la realidad. Me encontré una situación en las prácticas que difería con, no todos, pero con casi todos los aspectos adquiridos durante el máster, con esos nuevos paradigmas, en ese empoderamiento del alumnado, en esa igualdad en la enseñanza, en ese feedback.

Ahora debía ser la protagonista del proceso de aprendizaje de unos alumnos y alumnas que, alienados, se sorprendieron positivamente con las nuevas formas que yo les brindaba, con unas clases llenas de prácticas, con una evaluación compartida, con unos trabajos en grupo enriquecedores y con una libertad de elección en el tema de estudio que nunca habían tenido. Si bien no tuve grandes oportunidades de participar en el rol docente, sí pude observar y escuchar, reflexionar sobre lo que no quiero hacer y sobre lo que debería cambiarse.

Este choque con la realidad podría haberme hecho adaptarme a lo que me ofrecían, a lo que siempre se hacía en esas aulas. Pero me atreví a cambiarlo. Es algo de lo que nunca me arrepentiré. Me lancé al vacío, me arriesgué y no acaté los consejos e instrucciones de un docente que en mis prácticas **me invitaba a tomar el poder sobre el alumnado**, a ponerles un examen y a ser yo la que dominara en todo momento la situación, la que pusiera las notas, la que controlara a unos estudiantes rebeldes que no tenían remedio.

A pesar de todos los posibles inconvenientes he salido ganando; experiencias, aprendizajes nuevos, aperturas mentales, compañeros y compañeras maravillosos y una colección de nuevos trabajos que han extraído mi creatividad.

## **5.2. ¿Qué puedo decir del programa de formación del Máster?**

He de comenzar diciendo que entré en la quinta convocatoria con el máster ya empezado, sin poder pedir beca por estar ya fuera del plazo oficial y sin tener grupos conocidos que ya se habían formado para los trabajos. Por lo tanto, mi actitud era algo pesimista pero a la vez estaba llena de ilusión porque sabía que era aquí donde debía estar.

A pesar de mi no triunfal entrada, pronto pude integrarme e ir avanzando poco a poco en todas las asignaturas. Percibía un entorno muy crítico con todo el profesorado, pero yo adopté una actitud más relajada y flexible.

No obstante, el alumnado, yo incluida, se empezó a perder por la rapidez de los contenidos dados en *Innovación Docente e Iniciación a la Investigación*. Esta asignatura estuvo dividida en tres partes con dos profesores y una profesora. Las tres partes nos enviaron trabajos grupales de dudosa claridad en los cuales no quedaba claro el método de evaluación y nunca llegamos a tenerlo claro. La parte de investigación cuantitativa fue la peor, pues asistimos a unas lecciones con el docente sentado en su silla, desparramado, sin interés, sin proyección de la voz y sin una adaptación al alumnado, el cual era evidente estaba perdido debido a la elevada dificultad de los programas de estadística avanzada.

Creo que ha sido el máster de la bibliografía más extensa. Hay mucho por leer y poco tiempo para hacerlo. Han sido temarios amplios e interesantes que se daban en superficie por lo que anteriormente he nombrado, falta de tiempo. Eché de menos cierta profundidad en los temas relacionados con las nuevas tecnologías y la educación y los cambios que estos están suponiendo tanto en el alumnado como en el profesorado.

A lo largo del primer trimestre fui madurando nuevas ideas sobre la educación y desechando otras arcaicas que invadían mi mente envenenada por un pasado clásico. Una vez llegué a las prácticas me di cuenta de cuánto habían influido en mí todos y cada uno de los conocimientos adquiridos. Algo que propició todo esto fue el hecho de dejarnos pensar las respuestas a una serie de preguntas planteadas en clase y unos buenos guías que nos iban llevando a las múltiples respuestas posibles, encontrando en nuestro interior las más afines a nosotros.

En general fue una primera fase llena de retos en los que tuvimos que compartir aula con las especialidades de música y educación física, favoreciendo una mayor riqueza de horizontes y puntos de vista.

En enero de 2015 comenzó la parte más específica del máster, con módulos relacionados con la especialidad de *Diseño, Imagen y Artes Plásticas* con un claro contraste con lo anteriormente vivido. El aula se veía reducida en tamaño pero sin embargo, dispusimos de sillas movibles y no ancladas al suelo, lo que nos dio una mayor libertad y en dos asignaturas nos sirvió para colocarnos en círculo.

La extensión horaria de las clases hizo que a veces se hicieran largas las tardes, quizás también por una organización adaptada totalmente a nuestro ritmo de trabajo, algo nuevo para el grupo.

Algo que sí me gustaría poder haber cambiado es el periodo de prácticas que comienza quizás demasiado tarde y que hubiera sido más beneficioso si hubiera coincidido con todo el segundo trimestre, pudiendo aportar experiencias reales al profesorado e ir obteniendo respuestas ad hoc. En dos asignaturas de la parte específica asistimos a unos métodos de evaluación que daban un giro 360 grados a nuestras mentes cerradas y oxidadas. Existe lo que se llama rúbrica de evaluación y si bien al principio cuesta adaptarse a lo nuevo, hoy por hoy no veo un método más democrático de evaluar a un alumnado.

Tuvimos un gran contraste con la tercera asignatura específica, la cual se hacía tediosa y lenta, llena de contenidos teóricos, lectura de artículos sin previa utilidad práctica en la educación y con una evaluación final que se atrasó casi dos meses.

Por último, añadir dos cosas. No estoy contenta con el tutor de prácticas que me fue asignado y el cual improvisó mi evaluación copiando la de años anteriores, factor que quiero que quede aquí patente para que no se vuelva a repetir. Y por otro lado, agregar como punto final que jamás había sentido tal inspiración para crear un **audiovisual** propio y original que resume mis cambios personales, mentales, mi crecimiento personal y en definitiva, lo que siento por la educación. (Véase ANEXO 4)

Gracias pues, por ser el conjunto que me ha hecho crear tal obra de arte, arte que al entrar en este máster no me vi capaz de realizar, miedos que se han ido disipando y valor que se ha ido apoderando de mí, haciéndome valiente y sintiéndome también parte de la especialidad de *Dibujo, Imagen y Artes Plásticas*.

## 6. Listado de referencias

Acaso, M. (2006a). *El lenguaje visual*. Barcelona; Paidós.

- (2009). *La educación artística no son manualidades. Nuevas prácticas en la enseñanza de las artes y la cultura visual*. Madrid; Catarata.
- (2013). *rEDUvolution*. Editorial Paidós.

Aparici, R., García-Matilla, A. (1987). *Lectura de imágenes*. Madrid: Ediciones de la Torre.

Bandura, A. (1979). *Self-referent mechanisms in social learning theory*.(Artículo)  
Disponible en [http://www.researchgate.net/publication/232531118\\_Self-referent\\_mechanism\\_in\\_social\\_learning\\_theory](http://www.researchgate.net/publication/232531118_Self-referent_mechanism_in_social_learning_theory) [Consultado: 23-06-2015].

Benito y Cruz (2008). *Aprendizaje Basado en Problemas*. Servicio de Innovación Educativa de la Universidad Politécnica de Madrid. Disponible en [http://innovacioneducativa.upm.es/guias/Aprendizaje\\_basado\\_en\\_problemas.pdf](http://innovacioneducativa.upm.es/guias/Aprendizaje_basado_en_problemas.pdf) [Consultado: 19-07-2015].

Burch, S. et al, (2004). *Se cayó el sistema: Enredos de la Sociedad de la Información*. Quito: Editorial Alai.

Castells, M. (1999). *La Era de la Información: Economía, Sociedad y Cultura: La sociedad Red*. México: Siglo XX,.

Cobo, A. (2008). *¿Es fácil hacer cine en la escuela con pocos recursos y muchos resultados?* Editorial Biblos.

Coombs, P. H. (1968). *The World Educational Crisis: A Systems Analysis*. Paperback.

Cuadrado, T. (2005). *Características de la comunicación audiovisual* [en línea].

Recuperado de

[http://www.uned.es/ntedu/espanol/master/primer/modulos/teoria-de-la-representacion/comu\\_audiovisual.pdf](http://www.uned.es/ntedu/espanol/master/primer/modulos/teoria-de-la-representacion/comu_audiovisual.pdf). [Consultado: 12-08-2015]

De Zubiría, J. (2007). *Modelos pedagógicos contemporáneos*. Bogotá: Editorial Magisterio.

Delors, J., (1997). *La educación encierra un tesoro: informe a la UNESCO de la Comisión Internacional sobre la Educación para el siglo XXI, presidida por Jacques Delors*. UNESCO.

Domínguez A., (2009). *La sociedad del conocimiento y los nuevos retos educativos*. (Publicación en Línea). Granada. ISSN: 1695-324X. Disponible en <http://www.ugr.es/~sevimeco/revistaeticanet/numero8/Articulos/Formato/articulo9.pdf> [Consultado: 14-08-2015].

Espinar R., E. (2006). *Imágenes y estereotipos de género en la programación y en la publicidad infantil. Análisis cuantitativo*. Tenerife: Revista Latina de Comunicación Social, 61. Disponible en [http://www.ull.es/publicaciones/latina/200614Espinar\\_Ruiz.htm](http://www.ull.es/publicaciones/latina/200614Espinar_Ruiz.htm) [Consultado: 16-08-2015].

Fermoso, P. (1985). *Teoría de la educación. Una interpretación antropológica*. Barcelona: Ceac.

Ferres, J., (1998). *Televisión Subliminal. Socialización mediante comunicaciones inadvertidas*. Barcelona: Paidós.

Fox y Lambirth, (2012). *Film and pedagogy: Learning about teaching at the movies*. Universidad de Greenwich (Artículo) Disponible en <http://gala.gre.ac.uk/8195/> [Consultado: 20-08-2015].

Freire, P., (1970). *Pedagogía del oprimido*: Siglo xxi.



Galán, F., (2007), *Construcción de género y ficción televisiva en España*. Madrid.

(Artículo) Disponible en file:///C:/Users/Beatriz/Downloads/Comunicar-28-Galan-229-236.pdf [Consultado: 22-08-2015].

García, A. A, (2007). *El cine como recurso didáctico: asignatura libre configuración de la diplomatura de magisterio para todas las especialidades*. Escuela Universitaria de Magisterio Sagrada Familia.

Gilster, (1997). *Digital Literacy*. New York: Wiley and Computer Publishing.

Gómez, Olea, F.M., (2010). *La influencia de la televisión en el alumnado de tercer ciclo de primaria en el ámbito rural y urbano. Estudio de casos*. Málaga. (Tesis)

Disponible en

<http://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/4978/TD%20de%20Francisco%20Manuel%20G%C3%83%C2%B3mez%20Olea.pdf?sequence=1>

[Consultado: 10-07-2015].

Gutiérrez y Tyner, (2012). *Educación para los medios, alfabetización mediática y competencia digital*. (Artículo) DOI: 10.3916/C38-2011-02-03. Disponible en

<http://www.revistacomunicar.com/pdf/preprint/38/03-PRE-13396.pdf>

[Consultado: 1-09-2015].

Herbat, J. (1806) *Pedagogia general derivada del fin de la educación*. La Lectura.

Hernández, F. (1997). *Educación y cultura visual*. Sevilla: Publicaciones M.C.E.P. Sevilla.

Huertas, M. (2005). *El largo instante de la percepción: los años setenta y el crepúsculo del arte en Colombia*. Univ. Nacional de Colombia.

INE (2015). *Estimaciones de Población Actual 2002 – 2012*. Disponible en

<http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=/t20/p259/&file=inebase>.

[Consultado: 15-07-2015].

- Lampedusa, G. T., (1958). *El Gatopardo*. Chile: Editorial Andrés Bello.
- López de la Cruz, A., (2010). *Más que Educación: Diferencias entre educación formal, no formal e informal*. (Artículo). Disponible en <http://www.lebrijadigital.com/web/secciones/43-mas-que-educacion/1810-mas-que-educacion-diferencias-entre-educacion-formal-no-formal-e-informal> [Consultado: 14-08-2015]
- Martínez, F. (2015). *Los anuncios de la Super Bowl*. Mundo deportivo. (Artículo). Disponible en [http://www.mundodeportivo.com/20150202/futbol-americano/anuncios-super-bowl-2015\\_54425728927.html](http://www.mundodeportivo.com/20150202/futbol-americano/anuncios-super-bowl-2015_54425728927.html) [Consultado: 12-07-2015].
- Martínez, I. (1999). *Uso pedagógico de la televisión*. México: Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa, 179.
- Martínez, L, (2013). *Argumentos a favor y en contra de la escuela diferenciada*. (Artículo). Disponible en [http://www.teinteresa.es/educa/Argumentos-favor-escuela-diferenciada\\_0\\_1008500815.html](http://www.teinteresa.es/educa/Argumentos-favor-escuela-diferenciada_0_1008500815.html). [Consultado: 17-08-2015].
- Mill, J. S. (1869). *The Subjection of Women* (1869 first ed.). London: Longmans, Green, Reader & Dyer. Retrieved 10 December 2012.
- Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, (2014). *Datos y cifras. Curso escolar 2014-2015*. Madrid: Secretaría General Técnica. Subdirección General de Documentación y Publicaciones. Recuperado de <http://www.mecd.gob.es/servicios-al-ciudadano-mecd/dms/mecd/servicios-al-ciudadano-mecd/estadisticas/educacion/indicadores-publicaciones-sintesis/datos-cifras/Datosycifras1415.pdf> [Consultado: 15-07-2015].
- Ortega C., J. A., & Pérez G., Á. (2013). *El cine digital en la formación inicial del profesorado: una experiencia innovadora realizada en la Universidad de*

Granada. Educación XX1. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10481/33205>.  
[Consultado: 20-06-2015].

Pérez, R., Aguaded, M. A. Gómez, J. I., (1999). *Lenguaje y nuevos lenguajes. Comunicar*  
Disponible en:<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15800206>> ISSN 1134-  
3478: [Consultado: 31-07-2015]

Peters, O. (2002). *La educación a distancia en transición: nuevas tendencias y retos*.  
Universidad de Guadalajara.

Piaget, J. (1969). *Estudios de Psicología*. Barcelona: Seix Barral.

Real Academia Española. (2015). *Diccionario de la lengua española* (23.aed.).  
Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=escuela>

Rojas Gordillo, C. (2003). *El cine español en la clase de E/LE: una propuesta didáctica*.  
Brasil. Disponible en <http://www.ub.edu/filhis/culturele/rojas.html> [Consultado:  
10-08-2015].

Santos Guerra, M.A. (1999). *Yo te educo, tú me educas*. Editorial Sarriá.

Segura, M. (2007). Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en la  
educación: retos y posibilidades. Disponible en  
<http://oei.es/tic/DocumentoBasico.pdf> [Consultado: 14-07-2015]

Shannon y Weaver (1949). *The Mathematical Theory of Communication*. University of  
Illinois Press.

Staehlin, (1960). *Teoría del cine: universo y evolución: lecciones para espectadores*.  
Centro Español de Estudios Cinematográficos.

Stahelin, C. (1976). *El arte del cine*. Valladolid: Heraldo.

Tedesco, (2003). *Los pilares de la educación del futuro*. (Ponencia) Barcelona.

Disponible en <http://www.aepect.org/geopsiquexpress/para-reflexion/textos-autor/tedesco.htm> [Consultado: 19-07-2015].

Varela, N. (2013). *Feminismo para participantes*. Zeta Bolsillo

Vigotsky, Liev Semionovich, & Cole, Michael. (1979). El desarrollo de los procesos psicológicos superiores: Crítica Barcelona.

Zarandona de Juan, E., Basterretxea, J., Idoyaga, P., & Ramírez de la Piscina, T. (2008). *La alfabetización audiovisual entre adolescentes vascos: implicaciones para las prácticas educativas y propuesta de intervención. Comunicación y sociedad*, 119-143.

Zunzunegui, Santos. (1992). *Pensar la imagen*. Madrid; Cátedra de la Universidad del País Vasco.

### **Legislación:**

LEY ORGÁNICA 2/2006, de 3 de mayo, de Educación (BOE 4-5-2006).

LEY 17/2007, de 10 de diciembre, de Educación de Andalucía (BOJA 26-12-2007).

LEY ORGÁNICA 3/2007, de 22 de marzo, para la Igualdad efectiva de mujeres y hombres (BOE 23-3-2007).

## **7. Anexos**

ANEXO 1: Cuestionario para saber los intereses previos del alumnado.

ANEXO 2: Evaluación compartida diseñada para la intervención.

ANEXO 3: Ejemplos de anuncios creados por el alumnado.

ANEXO 4: Audiovisual personal sobre mis reflexiones de la educación.

ANEXO 1: Cuestionario para saber los intereses previos del alumnado

## Elección de tema grupal

Tras la Semana Santa las alumnas de máster harán su intervención. Para colaborar con una mejor preparación de su temario nos gustaría partir de vuestros propios intereses. Entre otras cosas se trabajará el Publi-Reportaje; una publicidad con apariencia de noticia. Cada grupo va a escoger un tema que posteriormente explicaremos en clase. Habrá una práctica sobre el tema escogido.

### ¿Qué miembros estáis en el grupo?

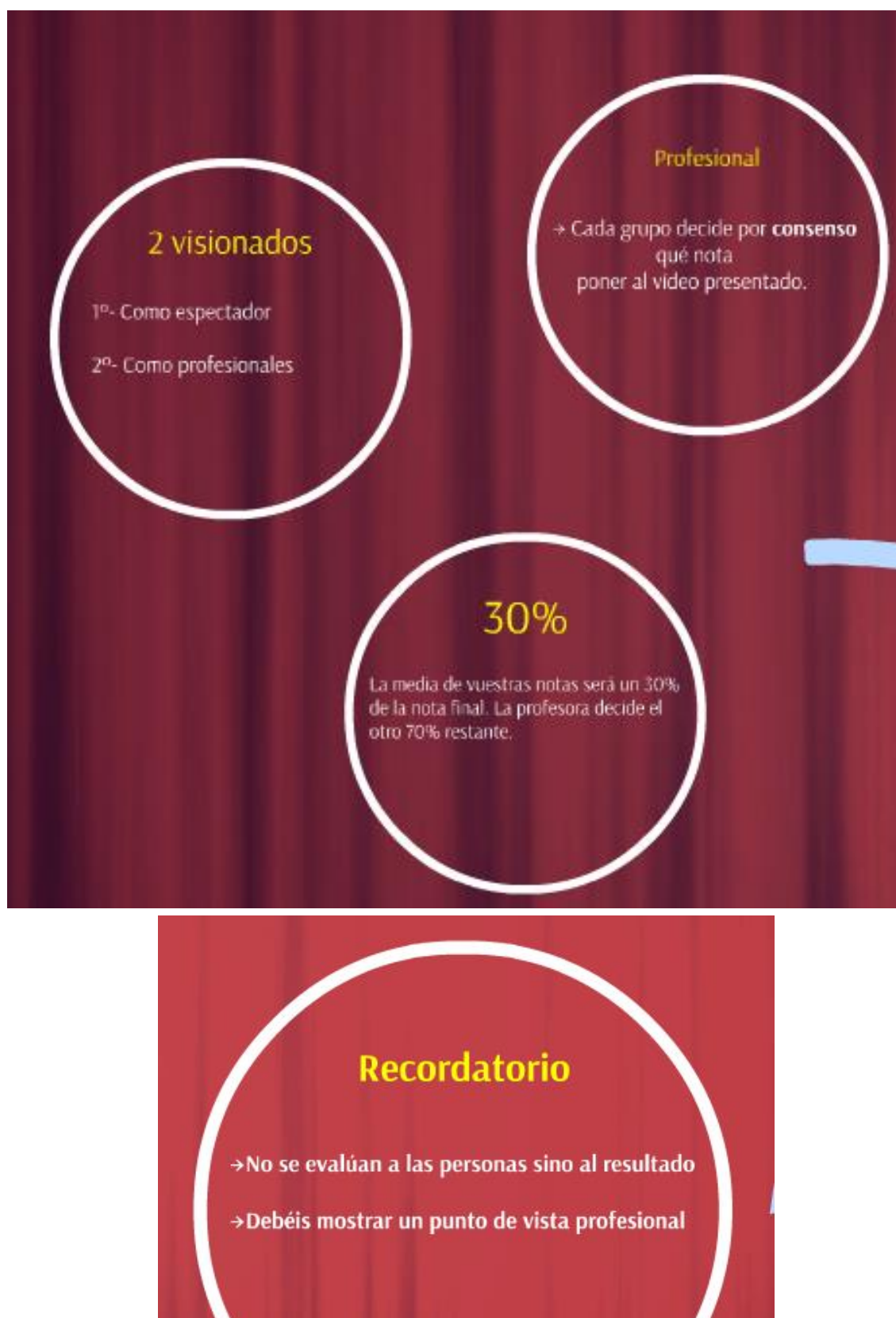
Pon una x en los que NO hayan asistido hoy.

### ¿Qué tema os gustaría tratar en el publi-reportaje?

Elige uno.

- ☐ Juguetes infantiles
- ☐ Perfumes
- ☐ Fútbol
- ☐ Coches
- ☐ Productos de limpieza
- ☐ Política
- ☐ Alimentación

ANEXO 2: Evaluación compartida diseñada para la intervención



ANEXO 3: Ejemplos de anuncios creados por el alumnado.



Ejemplo 1: Anuncio de los estudiantes del Politécnico Jesús Marín 1. Enlace: <https://www.youtube.com/watch?v=iEQ2rzmbKQc>

Ejemplo 2: Anuncio de los estudiantes del Politécnico Jesús Marín 2. Enlace: <https://www.youtube.com/watch?v=xOWUDzv7DcM>



ANEXO 4: Audiovisual personal sobre mis reflexiones de la educación.



Título: Portfolio Beatriz Gómez Leal

Enlace: <https://vimeo.com/121592919>